الإعلام والمجتمع

الأستاذ الدكتور

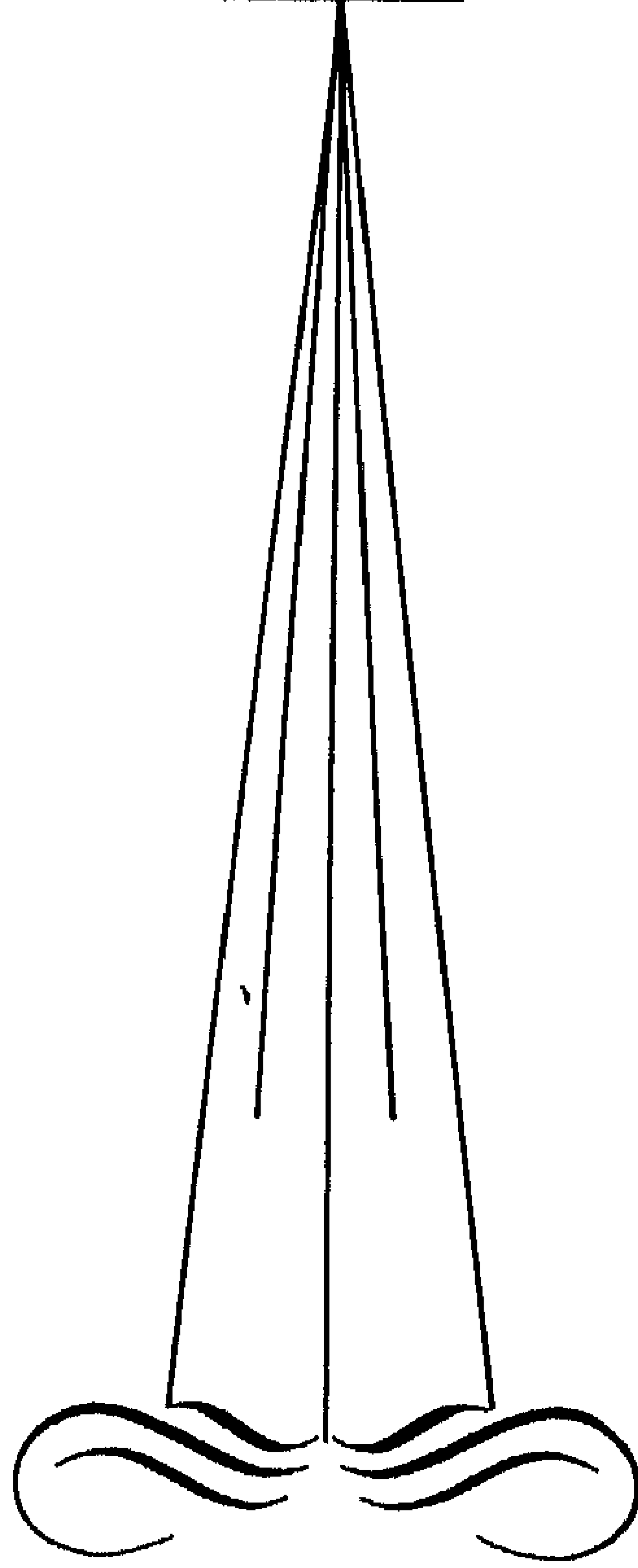
طه عبد العاطي نجم

أستاذ ورئيس قسم الإعلام

كلية الأداب - جامعة الأسكندرية

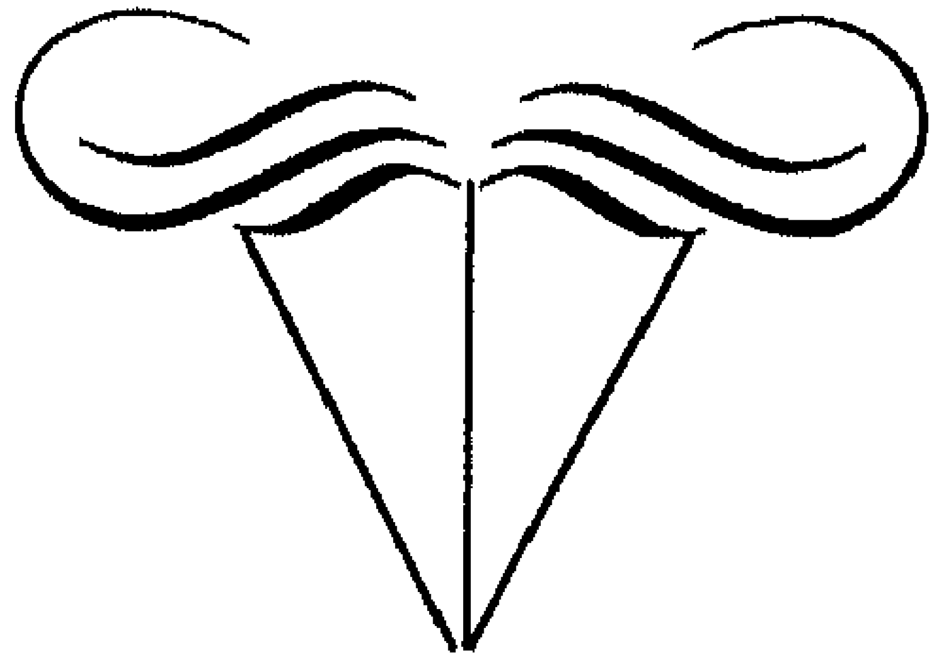






الإعلام والمجتمع

الأستاذ الدكتور
طه عبد العاطي نجم



الإعلام والمجتمع

الأستاذ الدكتور

طه عبد العاطي نجم

أستاذ ورئيس قسم الإعلام

كلية الآداب - جامعة الإسكندرية

٢٠١٣



كتاب

المجتمع والإعلام

الدكتور/ طه عبد العاطي نجم

320 صفحة



الإدارة: ٣٦ ش سوتير - الأزريطة - أمام كلية الحقوق
جامعة الإسكندرية - جمهورية مصر العربية

تليفون: 163 70 48 00203 فاكس: 454 30 48 00203
محمول: 913 1666 0122 002

الفرع: ٣٨٧ ش قنال السويس - الشاطبي - الإسكندرية
Email: darelmaarefa@gmail.com
d_maarefa@yahoo.com
Web site: www.darelmaarefa.com


بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا
وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللهِ أَتْقَاكُمْ﴾

صدق الله العظيم

﴿سورة الحجرات، الآية ١٣﴾

إهداء

إلى روح والدي الطاهرة . . . .

وإلى شقيقي الأكبر مصطفى . . .

اعترافا بفضلهما وعرفانا بالجميل

طـه نجـم

المقدمة

كان الاتصال ومازال عنصراً هاماً في الحياة. كما برزت أهميته وفاعليته الحديثة مع زيادة التقدم التكنولوجى الذي جعل من العالم أشبه بقرية صغيرة. ولقد نتج عن عمليات التصنيع والحضرية والتحديث ظروفاً مجتمعة أدت إلى تطوير وسائل الاتصال الجماهيرى. وقد أكد «هاردت» Hanno Hardt على أن وظيفة الإعلام الأساسية تكمن في ربط المجتمع والعمل على تماسكه، والمساعدة على تبادل الآراء والأفكار بين الطبقة الحاكمة وعامة الشعب، وأكد أيضاً أن الإعلام هو الأداة الوحيدة القادرة على إحداث التغيير المناسب. وعلاوة على ذلك يعتبر الإعلام همزة الوصل بين المجتمع المحلى والعالم الخارجى، ويشكل دوراً هاماً في تغيير السلوك والقيم. وكلما كان الإعلام مقنعاً وتتسم موضوعاته بالموضوعية، كان له الأثر الكبير في توجيه الأفراد للتخلى عن السلبيات.

ونتيجة للعلاقة الوثيقة التي تربط الاتصال الجماهيرى بالمجتمع، تأتى موضوعات هذا الكتاب لتؤكد هذه العلاقة وتنميها. وتنتمى إلى مجال «سوسيولوجيا الإعلام» Sociology of Mass Communication أو «علم اجتماع الاتصال الجماهيري»، حيث يهتم بالتحليل الاجتماعى لوظائف وسائل الاتصال، إذ توجد مبادئ فلسفية ومعيارية عامة تؤكد على العلاقة التي تربط الإعلام بالمجتمع، ويتضح ذلك على المستوى الرسمى وغير الرسمى. فتوجد روابط بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الاجتماعية الأخرى، حيث تتداخل الوظائف وتتشابك المهام بينهما. وعلى سبيل المثال يتأثر المضمون الذي تقدمه الوسيلة بالظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة. وتتحدد أيضاً حرية الإعلام من خلال التشريعات والقوانين، وكذلك توجد علاقات غير رسمية بين الإعلام والمجتمع تتمثل في التفاعل المستمر بينهما.

وتنقسم موضوعات هذا الكتاب إلى جزئين أساسين، يهتم الأول بالإطار النظرى الموجه لقضايا «سوسيولوجيا الإعلام» حيث يُركز على ماهية الاتصال الجماهيرى ووظائفه، ثم ينتقل إلى التعرف على إسهام النظريات السوسيولوجية

المعاصرة في هذا المجال، وننتقل في الفصل الثالث إلى مناقشة مناهج البحث في دراسة الاتصال الجماهيرى من خلال التركيز على المناهج الكمية والكيفية. ويركز الجزء الثانى من هذا الكتاب على إبراز العلاقة بين الاتصال الجماهيرى والمجتمع العربى المعاصر. ويتمثل ذلك في إبراز العلاقة بين الإعلام وتشكيل الوعى الاجتماعى هذا من جانب، والإعلام والهوية الثقافية من جانب آخر. كما نتناول علاقة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بعالمية المجتمع، وأخيراً نركز على دور الإنترنت في حماية حقوق الإنسان.

ويعالج الفصل الأول ماهية الاتصال الجماهيرى ووظائفه، حيث نتناول القضايا الأساسية التي تفسر عملية الاتصال باعتبارها تتميز بخصائص بيولوجية وسيكولوجية واجتماعية. وتمر بمراحل أساسية يشترك فيها المرسل والمستقبل والرسالة والأداة. ونوضح هذه العملية في ضوء إسهامات النموذج الرياضى في المعلومات. ونتناول أيضاً خصائص الاتصال الجماهيرى، حيث توجد مجموعة من الخصائص التي تميزه عن سائر أنواع الاتصال الأخرى، كما نتعرض للخصائص التي تميز وسائل الإعلام عن بعضها. ونتناول في هذا الفصل أيضاً تأثير وسائل الإعلام، وهو من الموضوعات التي أصبحت مثار اهتمام العديد من الباحثين، حيث اهتم «هوفلاند» بدراسة الإقناع في وسائل الإعلام، وكذلك اهتم علماء النفس الاجتماعى بدراسة العوامل المؤثرة في سلوك الفرد. وأخيراً نتعرض لوظائف الاتصال الجماهيرى ودوره في عملية التغير الاجتماعى.

أما الفصل الثانى فيركز على إسهام النظريات السوسيولوجية المعاصرة في دراسة الاتصال الجماهيرى. نحاول فيه التعرف على علاقة الإعلام بالنظريات السوسيولوجية، حيث نتعرض لفكر تيارين أساسين في علم الاجتماع هما الاتجاه المحافظ وتمثله البنائية الوظيفية وتعبر عنه نظرية التفاعلية الرمزية والتركيب الاجتماعى للواقع، وأخيراً نظرية تحليل الثقافة. أما الاتجاه النقدى فيمثله مدرسة فرانكفورت والماركسية المحدثة ونظرية مارشال ماكلوهان. ووفقاً لهذين الاتجاهين نجد أن البنائية الوظيفية تنظر إلى الإعلام باعتباره نسقاً من الأجزاء المرتبطة، وتكمن الوظيفية الأساسية له في ربط أجزاء المجتمع وضمان وجود التكامل الداخلى بين أعضائه، فضلاً عن مسؤولية عملية ضبط السلوك وتوجيه الآراء. أما النظريات النقدية فتركز على مجموعة من القيم، وتسعى إلى تغيير الأوضاع الاجتماعية،

ودراسة الوحدات الكبرى، من خلال تناول النظام، الاجتماعى ككل، واستخدام الصفوات للإعلام، وكشف نتائج استخدامهم له.

أما القسم الثانى من الكتاب فيركز على إبراز العلاقة التي تربط الإعلام بالمجتمع من خلال ثلاث قضايا أساسية هى تشكيل الوعى الاجتماعى وحقوق الإنسان والهوية الثقافية العربية. وأخيراً نتناول دور الإنترنت في حماية حقوق الإنسان. وقد جاء الفصل الثالث يناقش دور الإعلام في تشكيل الوعى الاجتماعى، من خلال مناقشة فلسفة الإعلام وسياساته ودور وسائل الإعلام ذاتها في هذه العملية. وينتهى الفصل بمناقشة قضية مهمة تتمثل في الأساليب المستخدمة في تزييف الوعى الاجتماعى إذ يعد الإعلام أحد الأساليب الأساسية في عملية التزييف.

ولما كانت تكنولوجيا الاتصال تشكل عاملاً مهماً في المجتمع المعاصر، فقد جاء الفصل الخامس ليناقش علاقة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والجدل الدائر حول البث المباشر وعالمية المجتمع.

ولما كان البث التليفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية هو نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال، فقد بدأت هذه الظاهرة تأخذ مكانة مهمة بين الباحثين والمتخصصين. ولذلك جاءت موضوعات الفصل السادس من هذا الكتاب تناقش هذه القضية من خلال خمسة محاور أساسية، يتناول المحور الأول أهمية التيلفزيون كوسيلة ثقافية، ثم يناقش المحور الثانى دور البث التليفزيونى المباشر في عولمة المجتمع إعلامياً وثقافياً. ويركز المحور الثالث على قضية البث التليفزيونى المباشر والهوية الثقافية العربية، ويبرز ذلك من خلال مناقشة خصائص الهوية للثقافة العربية آليات اختراقها ويهتم المحور الرابع بدراسة المجتمع المصرى كنموذج لتأثير البث التليفزيوني المباشر في الهوية الثقافية العربية. ويتناول المحور الخامس والأخير الجهود المبذولة للحفاظ على الهوية الثقافية العربية.

أما الفصل السابع والأخير فيتناول دور الإنترنت في حماية حقوق الإنسان من خلال إبراز خصائص الإنترنت كوسيلة إعلامية، ودورها في مجال حقوق الإنسان.

وفى النهاية يجب التنويه أن معظم موضوعات هذا الكتاب هى في الأصل موضوعات بحثية نشرت في مجلات علمية محكمة، تقدم بها صاحب هذا المؤلف إلى اللجنة العلمية الدائمة للترقيات (تخصص الإعلام). ويأمل الباحث أن ينال

هذا الكتاب ثقة الباحثين والمهتمين بالإعلام وقضاياه، ويرحب بأية توجيهات أو مناقشات سواء من قِبل المختصين أو الطلاب في هذا المجال. ونسأل الله أن يكون هذا العمل خالصاً لوجه الله والعلم والوطن العربى.

طـه نجـم

ميامي - الإسكندرية

الباب الأول

الاتصـال الجماهـيري
«النظرية والمنهج»

الفصل الأول

الاتصال الجماهيرى: الماهية والوظائف

- مقدمة.
- أولا- مفهوم الاتصال الجماهيرى.
- ثانيا- عملية الاتصال الجماهيرى.
- ثالثا- خصائص الاتصال الجماهيرى.
- رابعا- تأثير وسائل الإعلام.
- خامسا- وظائف الاتصال الجماهيرى:
  ١- الوظائف السياسية للاتصال الجماهيرى.
  ٢- الاتصال الجماهيرى وعملية التغير الاجتماعى.
- خاتمة- مناقشة وتقييم.
- الهوامش.

الفصل الأول

الاتصال الجماهيري: الماهية والوظائف

مقدمة:

لقد نتج عن عمليات التصنيع والحضرية والتحديث ظروفا مجتمعية أدت إلى تطوير وسائل الاتصال، حيث تعتمد عمليات التغير الاجتماعي بدرجة عالية على الاتصال الجماهيري. وتنهض عملية الاتصال من خلال مؤسسات ووسائل فنية وأدوات تكنولوجية مثل الصحافة والإذاعة والتليفزيون، وذلك لنشر مضمون رمزي إلى جماهير كبيرة غير متجانسة ومتناثرة على نطاق واسع. وبمعنى آخر يؤدي الاتصال الجماهيري وظائف مهمة في المجتمع، منها استخدام تكنولوجيا معقدة للسيطرة على البيئة، نقل تراث المجتمع من جيل إلى آخر، وجمع المعلومات بهدف مراقبة البيئة، وربط أجزاء مختلفة من المجتمع.

ويرتبط الاتصال الجماهيري بالتنظيم الاجتماعي. ويتمثل ذلك في أن النظم الاجتماعية تعتبر نتاجا للاتصال، حيث يكمن دور الاتصال في تطوير هذه النظم من خلال بحث أهميته بين الجماعات داخل كل نظام. ويبرز ذلك في دور الحديث اللغوي والتفاعل الاجتماعي، واعتماد الجماعة على بعضها، وتداخل أهدافها. فكل هذا يتم من خلال الاتصال بين الأعضاء. ويزيد الاتصال أيضا من احتمال وجود التشابه بين الناس في طريقة التفكير والسلوك وفرص إمكانية العمل مع بعضهم لإنجاز الهدف، ويساعد كذلك في تعليم نماذج معيارية من السلوك(1).

والنظام الاجتماعي متطور ويحدد اتصال الأعضاء، حيث يتأثر هذا النظام بكيف ولماذا وماذا وما هو التأثير الذي يحدثه الاتصال ؟ ويحدد التنظيم الاجتماعي عدد الأفراد الذين تنقل إليهم الرسائل ومضمونها. فنحن ننقل المضمون الذي يتناسب مع قواعدنا، ونتجه إلى رفض مالا يتناسب معنا. وعموما يؤثر النظام في كيفية تعامل الأعضاء مع الرسالة الإعلامية. وأخيرا يؤثر الاتصال في النظام الاجتماعي والعكس صحيح(2).

وفي هذا الفصل نحاول تناول القضايا الأساسية التي تفسر عملية الاتصال الجماهيرى باعتبارها عملية تتميز بخصائص بيولوجية وسيكولوجية واجتماعية. وتمر بمراحل أساسية يشترك فيها المرسل والمستقبل والرسالة والأداة. ونوضح هذه العملية في ضوء إسهامات النموذج الرياضي في المعلومات ونتناول أيضا خصائص الاتصال الجماهيرى، حيث توجد مجموعة من الخصائص التي تميزه عن سائر أنواع الاتصال الأخرى. كما نتعرض للخصائص التي تميز وسائل الإعلام عن بعضها. فبينما تتميز الوسيلة الطباعية بتوجهها إلى فئات معينة من الجمهور، نجد أن كلا من الإذاعة المسموعة والمرئية تستطيعان الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير.

ونتناول في هذا الفصل أيضا تأثير وسائل الإعلام، وهو من الموضوعات التي أصبحت مثار اهتمام عديد من الباحثين، حيث اهتم «هوفلاند» بدراسة الإقناع في وسائل الإعلام، وكذلك اهتم علماء النفس الاجتماعى مثل «فرنش» و«ريفر» بالعوامل التي تؤثر في سلوك الفرد. وأخيرا نتعرض لوظائف الاتصال الجماهيرى في المجتمع، ودوره في عملية التغيير. وقد حاول كل من «لازويل» و«رايت» تصنيف هذه الوظائف. وكذلك نتعرض للوظائف السياسية للاتصال الجماهيرى، حيث يبدو التأثير السياسي متفوقا على تأثيره في الأفراد. ونختم هذه القضية بالتعرض إلى دور الاتصال الجماهيري في عملية التغير الاجتماعى.

أولا : مفهوم الاتصال الجماهيرى :

الاتصال بالمفهوم العام للكلمة هو «انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضا» والاتصال هو نشاط إنسانى حيوى، والحاجة إليه في ازدياد مستمر فالإنسان حيوان اجتماعى، حيث لا يعيش بمفرده، بل مع أشخاص آخرين.(٣) وإذا أخذنا مثالا يدل على الاتصال الإنسانى، نذكر أنه عندما يقول شخص لآخر مرحبا، ويستخدم الآخر إيماءات في رده على التحية، حينئذ نجد أن هذه العملية تأخذ ثوان قليلة، لكنها تتضمن المقدرة على إنجاز أنشطة متعددة وهى(٤):

١ - أنشطة ذهينة لأن كلا من الطرفين سوف يتذكر المقصود بكلمة «مرحبا».
٢ - أنشطة سيكولوجية لأن المستمع سوف يدرك الكلمة. ولأن كلا من الشخصين يعرف الكلمة ومعناها.
٣ - أنشطة ثقافية، لأن كلا منهما يستخدم لغة. وتعد هذه اللغة جزءا هاما في ثقافتهما.
٤ - أنشطة سوسيولوجية، لأن تبادل التحية يعد تفاعلا اجتماعيا.

ونحن لا نستطيع أن نكتشف كل هذه المظاهر الاتصالية بالتفصيل، ولكن نستطيع أن نثبت بأنها تساهم في الاتصال الإنسانى. أما الاتصال الجماهيرى أو الإعلام Mass Communication فيقصد به «العملية التي بواسطتها تنتقل فكرة ما من مرسل إلى مستقبل بواسطة وسيلة جماهيرية بغرض تحديد سلوك المستقبل». ويعد الغرض من الاتصال هو إحداث العديد من الآثار المرغوب فيها من جانب المستقبل، حيث تحدث هذه الآثار تغييرات في معلومات المستقبل لفكرة ما أو تغيير ظاهر في سلوكه. فالغرض من الاتصال البشرى عموما هو التغيير بقصد التفاعل[٥].

وهناك افتراض بأن الاتصال الجماهيرى يعكس البناء الاجتماعى والقيم السائدة في المجتمع. وتعتبر وسائل الإعلام وكالات للتغيير الاجتماعى، لأنها تتسم بالانتشار. وتعد بمثابة السبب والمؤثر أو بلغة البحث الاجتماعى المتغير المستقل والتابع. ولذلك فإن تأثيرها لا نستطيع فهمه بالإشارة فقط إلى العمليات السببية. وكذلك إن تحليل مضمون وسائل الإعلام يتضمن ليس فقط دراسة عمليات معقدة ودقيقة للتعرف على دور القائم بالاتصال وإنما يضم عمليات أخرى عديدة[٦].

ثانيا : عملية الاتصال الجماهيرى :

إن عملية الاتصال ليست بالعملية البسيطة من حيث أنها علاقة أو حدث يتضمن مرسلا ورسالة ومتلقيا، لكن توجد خصائص مشتركة تربطها فيها بينها. فعملية الاتصال ذات طبيعة ديناميكية تتأثر وتؤثر ببعضها في سياق اجتماعى معين، فهى لا تحدث في فراغ، بل هى أحد المكونات الأساسية للجماعة. فالاتصال عملية يتفاعل فيها المرسلون والمستقبلون بالرسائل في ظروف اجتماعية معينة. ولذلك فإن فهم طبيعة عملية الاتصال يتوقف على فهم مادة الاتصال، والتى يطلق عليها الرسالة. وذلك من حيث أنها ذات محتوى يعبر عن أهداف محددة عند من يقوم بصياغتها ومن ناحية ثانية لا بد من دراسة وفهم طبيعة المتلقى، أى الجماعات أو الأشخاص أو المجموعات التي توجه إليهم مادة الاتصال. وهؤلاء ليسوا مجرد متلقين فقط، ولكنهم يتفاعلون مع المادة. وأخيرا تفهم عملية الاتصال من خلال معرفة المرسل سواء كان شخصا أم مؤسسة أم حكومة أم هيئة من الهيئات له أهدافه واتجاهاته التي تحتويها مادة الاتصال[٧].

والاتصال الجماهيرى هو عملية تبدأ عندما يصيغ القائمون بالاتصال رسائل معينة. فهم ينشرون رسائلهم بسرعة، ويستمر نشرها من خلال استخدام وسيلة فنية إلى مناطق عديدة وإلى جماهير مختلفة. وعندما يدرك الأعضاء من الجمهور هذه الرسائل، تكون قد حققت المعنى الذي يقصده القائمون بالاتصال، وحركت مشاعر الأعضاء من الجماهير(٨).

ويعتبر الاتصال الجماهيرى ليس العملية الوحيدة، ولكنه أحد عمليات الاتصال الإنسانى. ولذلك تبدو أهميته مثل كل أنواع الاتصال الإنسانى، فهو يحرك مشاعر الجمهور تجاه مجموعة معان، ويساهم في خلق هذه المعانى كل من القائمين بالاتصال والمستقبلين. وتعتمد هذه العملية - خلق المعانى - على صور أو أشكال مؤثرة. والتأثر هو تسجيل لخبرة انطبعت في العقل بواسطة إحداث تغير في خلايا العصب، ولها القدرة على التذكر (الاستعادة). وكل خبرة نكون على دراية بها (نتعلمها) فهى مسجلة بهذا الأسلوب، وكل رمز لغوى نتعلمه فهو مرتبط بنمط ما تركه من أثر(٩).

والاتصال الجماهيرى كعملية تتميز بخصائص بيولوجية وسيكولوجية واجتماعية، حيث يتطلب استقبال الرسالة عملية بيولوجية لدى الكائن تتصل إلى حد كبير بوظائف الجهاز العصبى والحواس المختلفة. وكل عملية اتصال تتضمن وجود مثير تنتج عنه استجابة. وكذلك تعد العلاقات القائمة بين الأفراد أو الجماعات بمثابة شكل من أشكال الاتصال. وتهدف هذه العلاقات إلى إحداث تغيير في سلوك المتلقى، بل إنها تضطر المرسل أيضا إلى إجراء تغيير في سلوكه. ومن هنا يكون الاتصال الناجح الذي يستطيع أن يجعل المثيرات قادرة على إحداث الاستجابات المرغوب فيها. ولا يتم هذا إلا إذا روعى في العملية الاتصالية دوافع وحاجات المستقبل. وأخيرا يعتبر الاتصال عملية اجتماعية، ويبدو ذلك من خلال علاقة الاتصال، حيث لا تقتصر على المرسل والرسالة والمستقبل، وإنما تخضع للظروف الاجتماعية التي يتحقق فيها قبول الرسالة أو رفضها. ويشكل الاتصال دورا هاما من الناحية الاجتماعية في عمليات التنمية. فالاتصال أداة لتنمية الإنسان وتطوير معارفه(١٠).

• **مراحل تطور عملية الاتصال الجماهيرى :**

يمكن التمييز بين خمس مراحل أساسية تتم من خلالها عملية الاتصال الجماهيرى. وتتخلص بإيجاز فيما يلى[11]:

١ – يعمل القائمون بالاتصال، على صياغة أنواع مختلفة من مضمون يقدم إلى نوعيات مختلفة من الجمهور من أجل أغراض متعددة.
٢ – تنتشر هذه الرسائل بسرعة نسبيا، ويستمر انتشارها بواسطة استخدام الوسائل الفنية مثل الطباعة والإذاعة والتليفزيون.
٣ – تصل الرسالة إلى جماهير عريضة ومتنوعة تحرص على متابعة الوسيلة بطرق انتقائية.
٤ – يقوم أعضاء من الأفراد بتفسير الرسائل إلى بعض الجمهور المختار.
٥ – نتيجة تجربة نقل المعانى فإن أعضاء الجمهور يتأثرون بها.

وقد اهتمت نظريتى «شانون» Shannon و«ويفر» Weaver بتفسير المراحل السابقة. وكان لنظريتهما دور هام في تنمية وتطوير النماذج والنظريات الأخرى التي فسرن عملية الاتصال الجماهيرى. ويعتمد نموذج «شانون» على النظرية الرياضية في الاتصال. ويوضح أن مصدر المعلومات يقوم بإنتاج «رسالة» لكى ترسل خارجيا عبر جهاز معين، ويمكن أن تحتوى هذه الرسالة على كلمات مقروءة أو مكتوبة أو لحن موسيقى أو صورة. وتنتقل الرسالة من خلال القناة - الوسيلة - حيث يتم بواسطتها نقل الإشارة من المرسل إلى المستقبل ويستقبلها الأخير. ويكون الغاية أو الهدف من هذه العملية هو الأثر الذي تتركه الرسالة في سلوك المستقبل، وما ينتج عنه من تغيير[12].

وتهتم نظرية المعلومات عند «شانون و ويفر» بقدرة قناة الاتصال. فالقناة عندهما ليست عبارة عن كمية من الرموز المنقولة من مكان إلى آخر، ولكنها كمية المعلومات التي يمكن للقناة أن تنقلها. ويؤكد «ويفر» أن كل القنوات سواء كانت إليكترونية أو سلكية أو ميكانيكية أو إنسانية لها حدود للقدرة. وعلى سبيل المثال تستطيع عين الإنسان أن تدرك وتنقل معلومات كثيرة في فترة قليلة، لأن العقل يقوم بعملية الإدراك ثم التخزين. ويلاحظ أيضا بالنسبة لوسائل الإعلام تتحدد قدرة القناة بواسطة المساحة أو الوقت المتاح بالنسبة للمحرر أو مذيع نشرة الأخبار من جانب، وكذلك الوقت المتاح للجهة المقصودة لنقل الرسالة إليها[13].

ونظرية المعلومات لا تهتم بالمعلومات بالمعنى الشائع الذي يستخدمه علماء الاجتماع، وذلك لأن هذه النظرية لا تهتم بالمعنى أو مضمون الرسالة. ولكنها تهتم بإرسال أو نقل الرمز والقنوات أو الوسائل التي تحمل الرسالة. ويؤكد «شانون» أن معيار المعلومات يقابل مفهوم عدم الدقة وكلما كانت الرسالة تتصف بعدم الدقة، كلما زادت نسبة التشويش بها. حيث يؤثر في عدم فهم كامل للرسالة مما يؤدى إلى استخدام بعض الحشو وتكرار المعلومة(١٤).

وإذا حاولنا تقييم نظرية المعلومات نجد أنها تساعد الفرد في تنظيم المعلومات المستخدمة وتنظيمها وترتيبها، وتحاول أن تتنبأ بالمستقبل. وفى النهاية يجب التأكيد على أنه لا يوجد نموذج واحد يقوم بتفسير عملية الاتصال الجماهيرى. ومن هنا يجب عمل تزاوج بين نماذج أو نظريات الاتصال، لكى نستخلص أفضل ما فيها والاستفادة به في عمل نموذج شامل يقوم على كل هذه النماذج والنظريات لضمان دقة المرسل في اختيار المعلومات وتهيئة الظروف المناسبة لكى تتم عملية الاستقبال في أحسن صورها.

ثالثا : خصائص الاتصال الجماهيرى :

توجد مجموعة من الخصائص المميزة للاتصال الجماهيرى، فغالبا ما يكون ذا اتجاه واحد، ونادرا ما يكون هناك طريق سهل أو سريع للقارئ أو المشاهد أو المستمع لكى يرى أو يسأل أو يتلقى إيضاحات إذا احتاج إليها. ويتميز الاتصال الجماهيرى أيضا بأنه يتضمن قسطا كبيرا من الاختيار. فالوسيلة مثلا تختار الجمهور الذي ترغب في الوصول إليه عندما تتخصص في إشباع احتياجات معينة من هذا الجمهور. ومن ناحية أخرى فإن جماهير المستقبلين يختارون من بين هذه الوسائل، فهم يقررون ما إذا كانوا سوف يشاهدون التليفزيون أو يقرؤون صحيفة، ويختارون أيضا من المضمون المقدم. ويتميز الاتصال الجماهيرى أخيرا بأنه يتم في إطار مؤسسة اجتماعية، ولا تؤثر وسائل الإعلام في النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى فحسب، وانما تتأثر أيضا بذلك النظام. ولذلك يجب أن نفهم المجتمع لكى نفهم وسائل الإعلام التي تعمل فيه. ولكى نفهم المجتمع ينبغى دراسة تركيبه وأفكاره ومعتقداته(١٥).

وعندما تناول «تشارلز رايت» خصائص الاتصال الجماهيرى، فقد حددها في ثلاث وظائف أساسية هى(١٦):

١- **الاتصال الجماهيرى موجه صوب جمهور كبير نسبيا ومختلف** الاتجاهات. ومن هنا كانت الرسائل الموجهة إلى أفراد متخصصين لا تعتبر في العادة اتصالا جماهيريا.

٢- **الاتصال الجماهيرى عام وعاجل وعابر،** فالاتصال عاجل لأن القصد منه أن تصل الرسائل إلى جماهير كبيرة في أقصر وقت ميسور، بل في التو واللحظة. والاتصال عابر، بمعنى أنه لا يراد له في العادة الدوام والبقاء والدخول في السجلات. بل يجب أن يستهلك على الفور، ولكن يستثنى من هذا الأفلام والإذاعات المرئية والمسموعة ما يسجل منها للحفظ في مكتبات.

٣- **الاتصال الجماهيرى منظم،** فصاحب الرسالة في الأجهزة الجماهيرية يختلف عن الفنان الفرد أو الكاتب، من حيث أنه يعمل من خلال تنظيم معقد يتمثل فيه مبدأ تقسيم العمل على نطاق كبير كما ينطوى على قدر من التكلفة.

وقد عرفت دائرة معارف العلوم الاجتماعية مصطلح «وسائل الإعلام» بأنها تلك الوسائل التي تجذب الناس على نطاق واسع من المستويات الثقافية والفكرية. ولا يمكن تحديد هذه الوسائل من خلال تكنولوجيا الوسيلة فقط، ولكن بواسطة الجمهور الذي تستهدفه. فربما توجد صحف خاصة أو محطات إذاعية أو تليفزيونية، ولكننا لا نستطيع أن نطلق عليها «وسائل إعلام» بالمفهوم الذي اصطلح عليه.

وإذا حاولنا التعرض لخصائص المواد المطبوعة، نجد إنها الوسائل الإعلامية الوحيدة التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض. كما تتيح له الفرصة لكى يقرأ الرسالة أكثر من مرة. كذلك يسمح المطبوع أكثر من أى وسيلة أخرى بعرضه في مساحة كبيرة. ويؤمن بعض الباحثين بأن المطبوع يحتاج إلى مساهمة من جانب القارئ أكبر من تلك التي تتطلبها الوسائل الأخرى من جمهورها ويسمح المطبوع بحرية أكبر في التخيل وتوزيع الظلال والتفسيرات وما شابه ذلك. فالقارئ لا يحس بأنه شخصيا جزء من عملية الاتصال كما يحس مستمع الراديو أو مشاهد التليفزيون[١٨].

أما بالنسبة للإذاعة، فيقصد بها بداية «هى توصيل برامج الراديو والتليفزيون بقصد استقبال الجمهور العام لها». وهى مميزة عن الإشارات الخاصة التي توجه

مباشرة إلى أفراد معينين. وربما توصف الإذاعة في صورها العامة بأنها نظام لنشر التسلية والتعليم والمعلومات(١٩). وهناك العديد من الخصائص التي تميز الإذاعة وتجعلها أداة فعالة للمساهمة في عملية التثقيف، حيث تمتاز بسهولة التعرض لها دون أن تكلف المستمع شيئا أو الانتقال. وفضلا عن هذا فهناك سهولة في حمل جهاز الراديو ونقله من مكان إلى آخر. وتستخدم الإذاعة الموسيقى والمؤثرات الصوتية، الأمر الذي يجعلها عنصرا فعالا في عملية التعليم والتثقيف. وقد أثبتت الدراسات أن المواد البسيطة السهلة التي تقدم من خلال الإذاعة يسهل تذكرها مما لو قدمت في الصحف، خاصة الأفراد متوسطى التعليم والذكاء(٢٠).

وأخيرا إذا حاولنا التعرض لخصائص التليفزيون، نجد أنه أصبح يشكل محورا مركزيا في حياتنا اليومية، وجزءا من ثقافتنا ويعد أيضا وسيلة تشير إلى تكامل المجتمع ثقافيا وقد وصف «سيلفرستون» Silverstone التليفزيون بأنه وسيلة ساحرة معقدة مليئة بالتناقض ويتميز أيضا عن الوسائل الأخرى بأنه وسيلة سمعية بصرية، حيث يجذب العين والأذن، كما أنه لا يرسل الصورة فقط، وإنما الصورة المتحركة بما فيها حركة الجسم والتعبيرات التي تنعكس على الوجوه. كما أن التليفزيون وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين. وأخيرا يتميز عن المواد المطبوعة بتقديمه المادة في آنيتها(٢١).

رابعا : تأثير وسائل الإعلام :

من الموضوعات التي أخذت مكانها الآن على الساحة هو تأثير الإعلام، وهل هذا التأثير سلبى أم إيجابى أم يجمع بين الاثنين. وتكمن صعوبة مناقشة هذا الموضوع لأن التأثير شيء غير ملموس، وهل يجب أن يشمل جميع الأفراد بطريقة واحدة، أم يختلف من مكان إلى آخر حسب الأيديولوجية التي يتبناها كل فرد. وهل يفترض أن يحدث التأثير للمجتمع ككل أم للطبقة المستفيدة من وسائل الإعلام فقط. وللإجابة على هذه التساؤلات تأتى أهمية دراسة هذا الموضوع.

يعد كل من «هوفلاند» Hovland و «جنز» Janis من أبرز العلماء الذين اهتموا بدراسة الإقناع في وسائل الإعلام، وتوصلا إلى أسباب كثيرة تؤدى إلى التأثر بهذه الوسائل، ومن أهمها صحة المصدر المقتبس منه الموضوع، وأهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل، وأخيرا اتجاهات وآراء المستقبل بالنسبة للموضوع الذي تتناوله وسائل الإعلام. واقترح هذان العالمان عمل إطار نظرى لمناقشة عملية التأثير وأشكاله،

وأسهم «كلمان» Kelman بدور كبير في تناول هذا الموضوع. وقام بدراسة جزء واحد من هذا الموضوع هو «تحليل التأثير الاجتماعى». وتوصل إلى ثلاثة عوامل رئيسية تؤدى إلى اختلاف الرأى حول عملية التأثير. العامل الأول هو الطاعة، وتشير إلى التأثير المقبول في بعض الموضوعات وذلك للحصول على حافز مادى أو لتجنب عقاب صريح. أما العامل الثانى فهو تحقيق الذاتية، بمعنى أن لكل فرد اهتمام خاص بموضوعات معينة، وكلما كان الإعلام يناقش الاهتمامات الخاصة لكل فرد زاد تأثر الفرد به. ويركز العامل الثالث والأخير على الخصوصية، وهى تبرز عندما يشعر كل فرد بأن الإعلام موجه له بصفة خاصة، أو أنه يحاول مناقشة مشاكله ومساعدته في إيجاد الحلول لها. ومن هنا يفترض «كلمان» أن عملية التأثر بالإعلام تعتمد على أفكار المستقبل ومعتقداته وقيمه وطموحاته[٢٢].

ومن العلماء الذين اهتموا بدراسة عملية تأثير وسائل الإعلام «كاتز» Kats، حيث أعلن موافقته على بعض الأشياء التي ذكرها «كلمان» ولكن توصل أيضا إلى أن عملية التأثر يمكن أن تنقسم إلى نوعين: الأول هو أن هناك عامة من الشعب لهم دور كبير في عملية التأثر، حيث يتمتع شخص معين بنفوذ أو سلطة قوية، بمعنى لو تأثر هذا الشخص بدور الإعلام ينعكس ذلك على المجموعة التي تتبعه، ويصبح الإعلام مؤثرا قويا في سلوكهم. والنوع الثانى هو أن لكل فرد أسلوبا معينا في التفكير وحل المشاكل وتفسير الظواهر. وكلما كان الإعلام يهتم في موضوعاته بهذه الأشياء، تعاظم دوره في التأثير على هذا الشخص وأمثاله[٢٣].

وقد اهتم أيضا بعض علماء النفس الاجتماعى بدراسة ظاهرة تأثير الإعلام، حيث اعتقدوا أن دوره سواء كان إيجابيا أم سلبيا يؤثر في الفرد ذاتيا (تأثير نفسي) أو علاقته بالآخرين (تأثير اجتماعى). ومن أهم العلماء الذين اهتموا بهذا الموضوع هما «فرنش» French و «رفر» Raver، حيث توصلا إلى خمسة معايير أساسية تؤثر في الفرد، وينعكس ذلك على الإعلام. وتتلخص هذه المعايير فى[٢٤] :

١ - **الجانب الاجتماعى**: ويتمثل في القوة الاجتماعية، حيث تعتمد هذه القوة على القيم والأفكار التي يؤمن بها المجتمع ولا بد أن تقابل باستحسان من قبل الأفراد.

٢- **التقدير**: ويعتمد على تقدير الأفراد بإعطائهم الحوافز، ونشر ذلك في وسائل الإعلام لتحفيز الآخرين بتقليدهم.

٣- **القوة المستهدفة**: وتعتمد على دور الإعلام في تحقيق القوة التي يصل إليها الفرد وانعكاس ذلك على المجتمع.

٤- **القوة التشريعية**: وتتمثل في أن الإعلام يلعب دورا هاما في تقبل الأفراد قوانين الحاكم وأفكاره.

٥- **الخبرة**: ويعتمد هذا المعيار على أن الإعلامي لابد وأن يقوم بدور الخبير الذي يعرف الموضوعات التي تهم المستقبل، ويحاول أن يقدمها في وسائل الإعلام المختلفة.

ويمارس الإعلام تأثيرا ليس فقط على الأفراد، ولكن يؤثر أيضا في المجتمع أو الثقافة أو عليهما معا. ويستطيع التأثير في معتقدات الأفراد وقيمهم واختياراتهم، ويؤثر أيضا في صياغة السياسات العامة ونقل التكنولوجيا. ويؤثر أخيرا وبصفة خاصة على استمرار تدفق المعلومات من الوسيلة والتي بإمكانها أن تحدث تأثيرا عميقا في التغيير الاجتماعي. ولسوء الحظ يبدو أن تأثير وسائل الإعلام في المجتمع والثقافة أقل من تأثيره في الأفراد. وهذا أمر معروف لدى كثير من الناس، وذلك لسببين على الأقل، الأول أن التأثيرات الاجتماعية والثقافية تكون أكثر صعوبة في دراستها؛ وذلك لأنها تحدث عقب حقب تاريخية طويلة من الزمن، وليس من السهولة ملاحظتها عمليا أو من خلال إجراء مسوح اجتماعية، والسبب الثانى هو أن الجمهور أقل اهتماما بالتغير الاجتماعى والثقافى، علاوة على صعوبة توفير الدعم المالى لهذه الدراسات(٢٥).

وبالرغم من صعوبة إجراء الدراسات التي تهتم بتأثير الإعلام في المجتمع والثقافة، لكن يوجد عدد من الأبحاث المتراكمة الخاصة بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام، حيث تستطيع هذه الوسائل أن تساعد في عمليات التغيير الاجتماعى بطريقة سريعة. وتستخدم في بعض الأحيان بطريقة عمدية في عمليات التحديث. وكذلك يعد تأثير الوسيلة في إدراك الجمهور أمرا واقعيا للتعرف على اتجاه قضايا الجماهير. وتؤثر أيضا في تعريف الجمهور بظروف المشاكل الاجتماعية. وأخيرا تعد الوسيلة بمثابة أداة لنقل الثقافة الشعبية، حيث تعرض للملايين تدفقا مستمرا من الموسيقى والدراما(٢٦).

وقد أكد «دوفلور» Defleur على أن الإعلام يمارس دورا هاما في المجتمع، ويزيد هذا الدور كلما زاد تقدم المجتمع. وقد ركز على مجموعة قضايا ترتبط بأداء هذا

الدور، حيث أكد على وجود دافع مشترك بين المرسل والمستقبل، ويأتي هذا الدافع من المصلحة المشتركة لكل منهما والصدق في عرض الموضوع. ويعد الإعلام في نظر «دوفلور» مشروعا كبيرا يحتوى على كثير من المؤسسات، وتؤدى كل وسيلة من وسائل الإعلام دورا في تنمية المجتمع. ومن هنا كلما كانت وسائل الإعلام تناقش كل الأفراد، كان ذلك سببا في استفادة جميع الأفراد بهذه الوسائل، فلكل فرد أسلوب خاص في تلقى الأخبار الخارجية وفقا لاهتماماته، ويجب أن يقابل ذلك بالضرورة بدراسة من وسائل الإعلام. وأخيرا توصل «دوفلور» إلى نظام الطبقات الاجتماعية، بمعنى أن لكل طبقة مستوى اهتمام معين، وعلى سبيل المثال إن ما يشغل اهتمام الطبقة المتوسطة هو توفير المعيشة، أما الطبقة الراقية فيتركز تفكيرها في موضوعات مختلفة. ولذلك أكد «دوفلور» على مسؤولية الإعلام في إشباع احتياجات كل الطبقات بما يضمن التأثير الكبير فيهم، فقد لاحظ أن استجابة الجمهور الذي ينتمى إلى طبقة اجتماعية واحدة يكون متشابها تقريبا في كل الأشياء. ويؤكد أيضا على دراسة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ومدى انعكاس ذلك على تماسك المجتمع، إذ لا بد من دراسة العلاقات الإيجابية والعمل على كشف جماعات السوء نظرا لتأثيرهم الواضح في تشكيل سلوك الفرد. وكلما كان الفرد ناجحا انعكس ذلك على المجتمع. واهتم «دوفلور» أيضا بدراسة الفروق الفردية بين الأفراد. وفى النهاية وصف الموضوعات التي تناقش من خلال وسائل الإعلام بأن لها دورا كبيرا في تشكيل اتجاهات الأفراد - وهذا يختلف من شخص لآخر - ومن هنا لا بد من اهتمام الإعلام بالعمل على انتشار الوعى الثقافى والقضاء على الأمية. وتوصل أيضا إلى أن السلوك الفردى ناتج عن ثقافة المجتمع وقيمه. وقد لخص «دوفلور» دور الإعلام في مجموعة من النظريات هى الفروق الفردية، والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية، والمعايير الثقافية وأخيرا نظرية المصلحة المشتركة[٢٧].

ويبدو أن مهام الاتصال التي كانت في المجتمعات القديمة هى نفسها الموجودة في المجتمعات الحديثة، ويكمن الاختلاف الأساسى بينهما في أن الوسائل الحديثة أكثر تطورا، وأصبحت تساهم بدور فعال في التأثير في حياة الناس عبر وسائل الإعلام. ومعنى هذا أن الوظائف القديمة اختلفت فقط في درجاتها وليست في نوعياتها. فوسائل الإعلام التي كانت في وقت ما ذات تأثير محدود، تستطيع الآن أن تصل إلى كل سكان العالم تقريبا، وتؤثر في آراء الناس وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم.

فالكتاب الذي كان يقرأه في الماضى عدد محدود من الأفراد، أصبح يقرأه ملايين من البشر. وينطبق الشيء ذاته على الوسائل الأخرى. وتدل نسبة كبيرة من الدراسات الإعلامية على أن لكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى. كذلك تشير غالبية الأبحاث إلى أن الإمكانيات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح من مهمة الإقناع إلى أخرى حسب الموضوع، ووفقا للجمهور الذي توجه إليه. وقد أظهرت الدراسات أيضا أن الاتصال الشخصى أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو، وأن الأخير أكثر فعالية من المطبوع. وأنه كلما ازداد الطابع الشخصى للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع(٢٨).

إن مقدرة أى وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بحيوية أكبر وواقعية قد يزيد من تأثير تلك الوسيلة. وأن درجة الثقة التي يضعها الفرد في الوسيلة تؤثر في فاعليتها وفى إيمان الفرد بالمعلومات والآراء والتفسيرات التي تنقلها. وإذا كانت الوسائل تختلف في درجة الثقة فيما تقدمه، فيمكن أن نتوقع وجود اختلافات بين الوسائل من ناحية فاعليتها. وفى بعض المجتمعات نجد الجمهور يثق في الجريدة أكثر من الراديو. وفى مجتمعات أخرى العكس هو الصحيح. ويرجع هذا- إلى حد ما- إلى أن وسيلة أو أخرى تعبر عن وجهات نظر معينة أو تسيطر عليها مصالح خاصة، أو مستعدة ببساطة لبيع نفسها. ويعد الراديو والتليفزيون في الدول النامية هما الوسيلتان الأساسيتان عند كثير من الناس، لأنهما متوفرتان على نطاق واسع بالمقارنة مع المطبوع. وتستخدم هاتان الوسيلتان أكثر لأنهما أقرب إلى الاتصال الشخصى الذي اعتادت عليه المجتمعات النامية. ولهذا تزيد أهمية هاتين الوسيلتين إذا قورنتا بالمطبوع، بينما نجد المطبوع أكثر ثباتا واستقرارا في المجتمعات الحديثة التي اعتادت على المطبوع سنوات طويلة قبل ظهور الوسائل السمعية والبصرية(٢٩).

خامسا : وظائف الاتصال الجماهيرى :

تؤدى وسائل الاتصال الجماهيرى بعض الوظائف الهامة نظرا لدورها كقنوات تتوسط المجتمع. وتوجد عدد من المحاولات لتصنيف هذه الوظائف. ونبدأ بمحاولة «هارولد لا زويل» Lasswell سنة ١٩٤٨، حيث قدم عملا مبسطا عن الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيرى، ذكر فيه أن الوظائف تتركز في مراقبة البيئة وربط أجزاء المجتمع في الاستجابة إليها ونقل الميراث الثقافى. وهذا يشير إلى الخصوصية

في التزويد بالمعلومات حيث تقوم وسائل الإعلام بالتعليق والتفسير لمساعدة المواطنين المتناثرين، وتساهم أيضا في تشكيل وعيهم. وتعمل وسائل الإعلام أخيرا على التعبير عن القيم الثقافية والرموز الاجتماعية. وتعد هذه العملية ضرورية للحفاظ على هوية المجتمع[٣٠].

أما «تشارلز رايت» Wright فقد طور الفكرة السابقة سنة ١٩٦٠. وحاول تفسير وظيفة الإعلام في البيئة، حيث ذكر بأن المقصود بمراقبة البيئة هو تجميع المعلومات وتوزيعها تلك التي تتعلق بالأحداث في البيئة داخل نطاق مجتمع معين وخارجه وتبرز نتيجتان إيجابيتان لهذه الرقابة. الأولى أنه يقدم في أغلب الأحوال إنذارات عن الأخطار والتهديدات المنذرة في العالم مثل أخطار هبوب الأعاصير أو أى غزو عسكرى. والنتيجة الثانية هى أن تدفق المعلومات عن البيئة أداة لازمة من لوازم المناشط اليومية للمجتمع مثل أسعار السوق والملاحة والطيران. وقد ذكر «رايت» أن الرصد والرقابة من خلال أجهزة الاتصال قد يأتى للمجتمع وأعضائه بنتائج عكسية إلى جانب وظائفه الإيجابية. فأخبار المجتمعات الأخرى وأيديولوجياتها وظروفها قد تؤدى إلى عقد مقارنات جائرة بظروف الوطن، ومن ثم تنشأ الضغوط لإحداث التغيير، وأن الإنذارات أيضا بالأخطار التي لا يفسرها صاحب الرسالة قد تؤدى إلى إحداث الذعر لدى الجمهور[٣١].

ويشير كل من «بول لازرسفيلد» و «روبرت ميرتون» إلى وظيفتين هامتين للاتصال الجماهيرى، ويبدو انطباقهما بوجه خاص على الأخبار المذاعة عن طريق الأجهزة، هاتان الوظيفتان هما منح المنزلة وفرض الأنماط الاجتماعية. ويقصد بالأولى أن ذكر اسم شخص في أى مجتمع في نشرات الأخبار يمثل رفعا لمكانته. أما الوظيفة الثانية فتتمثل في أن الاتصال الجماهيرى يدعم السيطرة الاجتماعية على أفراد المجتمع، وذلك بعرضه للسلوك المنحرف أمام أنظار الجميع ويلاحظ ذلك عندما تقوم الصحف بكشف الستار عن المجرمين[٣٢].

ومن المحاولات السابقة نستطيع أن نحدد الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام من النقطة التي ترى أن المجتمع ككل يتم تعبئته عموما عن طريق الوسيلة. ويتوقع منها أن تعمل على زيادة الاهتمام بالمصالح القومية وترويج قيم معينة وفرض أنماط سلوكية، وخاصة في أوقات الأزمات، ويحدث ذلك بصفة مؤكدة في المجتمعات النامية. وعلاوة على ذلك يقع الدور الرسمى على وسائل الإعلام في المجتمعات الاشتراكية بتعبئة المواطنين.

ويمكن القول أن النتيجة الكلية لمجموعة الأفكار الأساسية الخاصة بوظائف الاتصال الجماهيرى تتركز في المجالات التالية : (٣٣)

١- **الإخبار** Information وتتمثل في جمع الأنباء والبيانات والصور والتعليقات عن الأحداث والظروف في المجتمع والعالم، وبثها بعد معالجتها ووضعها في الإطار الملائم من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية، ومن ثم يمكن لمتلقى الأخبار الوصول إلى وضع يسمح له باتخاذ القرار السليم.

٢- **الوظيفة الارتباطية** Correlation وتتمثل في تفسير معانى الأحداث والمعلومات ونقلها والتعليق عليها، وذلك بهدف توفير رصيد مشترك من المعرفة يدعم التآلف ويمكن أعضاء المجتمع من التعايش والعمل المشترك، ويبدو ذلك واضحا في دور الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية- بالمفهوم الواسع للكلمة- والتناسق بين الأنشطة المختلفة، ومحاولة بناء الإجماع على بعض القضايا.

٣ **الاستمرارية** Continuity وتعنى التعبير عن الثقافة السائدة والتعرف على الثقافات الفرعية وتنمية النفقات الجديدة، والحفاظ على عمومية القيم والتأكيد عليها.

٤- **التسلية** Entertainment، حيث تعمل وسائل الإعلام على تقليل التوتر، وتسهل على الناس التغلب على مشاكل الحياة اليومية، وكسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات.

٥- **التعبئة** Mobilization ويتمثل ذلك في إجراء صلات مجتمعية بهدف صياغة سياسية معينة أو أثناء الحرب أو لضروريات التنمية الاقتصادية أو قد تكون التعبئة دينية أساسا.

وفى النهاية تعد هذه الوظائف متداخلة ومتشابكة. فوظيفتا الإخبار والتعبئة يرتبطان بعملية التغيير في المجتمع، بينما ترتبط الوظائف الارتباطية والاستمرارية والتسلية بعامل الاستقرار والتكامل. ونحن لا نستطيع أن نميز بسهولة بين ما تقوم به الوسيلة وما تقوم به المؤسسات الأخرى. وتستخدم وسائل الإعلام باعتبارها قناة أو حارساً للبوابة بالنسبة للمجتمع.

وتختلف وجهات النظر حول مدى إمكانية قيام الإعلام بتأدية وظائفه في المجتمع. فيرى أحد الآراء أن الإعلام يمارس دورا في تدعيم القيم السائدة في

المجتمع المحلى أو في المجتمع عموما، ويأتى ذلك من خلال تداخل مجموعة من العوامل أهمها الشخص والمؤسسة الإعلامية والضغوط الخارجية، وتوقع ما ينتظره الجمهور غير المتجانس والعريض. تؤكد وجهة نظر ثانية على أن الإعلام يعد وسيلة ضرورية تجمع بين قوة السوق ومتطلبات الجمهور. وأخيرا تعتبر وجهة النظر الثالثة والأخيرة أنه - الإعلام - نشاط يرتبط بسلوك الطبقة المسيطرة وأحيانا تكون المالكة للوسيلة أو الطبقة البرجوازية التي تستخدم الإعلام في كبت أو صرف أنظار المعارضين وتقييد اتجاهاتهم الاجتماعية والسياسية(٣٤).

١- الوظائف السياسية للاتصال الجماهيرى :

حدد كثير من العلماء الذين ناقشوا مفاهيم الإعلام وعلى رأسهم «فرجسون» Ferguson أن الإعلام هو «الأداة التي تربط أفراد أى مجتمع بمؤسساته ومعرفتهم بنظام الحكم والعلم والسياسة، ومعرفة الأخبار الخارجية من خلال مؤسسات الإعلام المختلفة». ويلاحظ أن دور الإعلام يختلف من مكان إلى آخر حسب نوع المجتمع سواء كان رأسماليا أم اشتراكيا. فالإعلام في الدول الرأسمالية يؤكد على دور الأفراد في بناء المشروعات الخاصة وتشجيع الملكية الفردية، ولكن في الدول الاشتراكية يؤكد الإعلام على ضرورة ملكية الدولة لكل المؤسسات الإنتاجية، واعتبارها صاحبة الهيمنة الأساسية في إدارة المشروعات(٣٥).

وقد اهتم بعض الباحثين بدراسة الأثر السياسى للإعلام، وأكدوا على أن تأثيره في العلاقات السياسية يفوق تأثيره في الأفراد. واهتموا بدراسة العلاقة بين الفرد والنظام السياسى، وهل هذه العلاقة متبادلة تهدف إلى المصلحة العامة أم هى خاصة بطبقة الحكام فقط ؟ وما هو دور الفرد في التصدى للحاكم المتسلط ؟ كل هذه التساؤلات لا بد وأن تقابل بالإجابات من خلال وسائل الإعلام وخصوصا الصحافة. واهتم الباحثون أيضا بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الحاكمة، فمن الممكن أن يتأثر البرلمان بالإذاعة وخططها الإذاعية. ويبرز أيضا دور الأحزاب السياسية في هذا المجال، حيث تستطيع توجيه سلوك الأفراد. ويمكن القول بأن العلاقة بين الأفراد المهتمين بالسياسة والحكم تتأثر بدرجة كبيرة بالإعلام. وتوصل كل من «نيكسون» Nixon و «كنيد» Kenned إلى أهمية إعلان القضايا الخاصة بالحكم في وسائل الإعلام، وإلى ضرورة أخذ رأى الجمهور في هذه القضايا(٣٦).

وقد أكد «هاردت» Hanno Hardt على أن وظيفة الإعلام الأساسية تكمن في ربط المجتمع والعمل على تماسكه والمساعدة على تبادل الأراء والأفكار بين الطبقة الحاكمة وعامة الشعب، والعمل على استيعاب مشاكل المواطنين ومحاولة حلها. ويؤكد أيضا على أن الإعلام هو الأداة الوحيدة القادرة على إحداث التغيير المناسب، أى أن الإعلام هو ضمير المجتمع. ويعتبر «هاردت» متأثرا بآراء «روبرت ميرتون» ومدرسة شيكاغو(٣٧).

وقد أصبح الإعلام ليس مقصورا على توصيل الأنباء والأراء والأفكار داخل المجتمع، بل يعد حلقة الوصل التي تربط الفرد بالعالم الخارجى، ويلاحظ أن الإعلام يرتبط بنظام الحكم في المجتمع، كالنظام اليمقراطى مثلاً، والذى يدعو إلى حرية الفرد في اختيار عمله ومناقشة قرارات الحكام، بينما في نظم الحكم الشيوعية نجد أن الطبقة الحاكمة لها الحق الكافى في اتخاذ القرارات واتباع أنواع معينة من الإجراءات التي تتفق مع الأيديولوجية السائدة في المجتمع(٣٨).

وفى الولايات المتحدة وبعد الحرب العالمية الثانية، تم إقامة المؤسسات الخاصة بطباعة الصحف. وكانت هذه المؤسسات ذات ملكية خاصة يديرها الأفراد. حيث ارتبطت حرية الأفراد بالتعبير عن آرائهم في نظام الحكم، وقد برز فيها الدور الاجتماعى للصحافة. وفى عام ١٩٤٧ صدرت بعض المفاهيم التي كانت بمثابة دستورا، ركز على تعريف حرية الصحافة، حيث تكونت بنود هذا الدستور مما يلى(٣٩) :

١- اتخاذ الموضوعية في تغطية الأحداث الجارية بعيدا عن الذاتية في الآراء.
٢- الصحافة هى خدمة تقدمها الحكومة للأفراد لمعرفة أخبار المجتمع داخليا وخارجيا، وتغطى كل مجالات الحياة.
٣- لابد للصحافة أن تكون ضمير المجتمع، بمعنى أن دور الصحافة لا يقتصر على نقد الأشكال السيئة فقط في المجتمع، ولكن إبراز الإيجابيات مثل دور الحكومات في إقامة المشروعات.

ومن خلال هذا الدستور نلاحظ أن «سبريت» Fred Sibert حدد نظريات الإعلام في أربع، وتم إيجازها في ثلاث فقط، هى أولاً النظرية الحاكمة وتطبقها دول العالم الثالث، بمعنى أن الصحافة والإعلام تخص نظام الحكم فقط، فتقدم إيجابياته وتتجاهل عيوبه. أما النظرية الثانية فتؤكد على الحرية الكاملة للإعلام في نقد المجتمع، وتم تطبيقها في شمال أوربا والولايات المتحدة. وأخيرا تأتى النظرية

الثالثة وتتوسط النظريتين السابقتين، كما يحدث في دول الكتلة الشرقية والاتحاد السوفيتى سابقا، حيث يوجد توازن بين سيادة الحاكم وحرية الأفراد التي تدعو إلى احترام حقوق المواطنين في التعبير عن آرائهم دون المساس بحق الدولة في الحكم. ويذكر «سبريت» أن النظرية الرابعة وهى نظرية المسئولية الاجتماعية، قد يبدو دورها محدودا(٤٠).

وبينما كان علماء الاجتماع يعدون البحوث الخاصة بتأثير الإنتاج الإعلامى، فقد طور علماء السياسة مجموعة أخرى من الدراسات التي تهتم بتقييم دور الإعلام من منظور نقدى. وكان الموضوع الأساسى الذي شغل الباحثين الأمريكيين هو تدخل الإعلام في السياسة الأمريكية بل واختراقها. وركز البحث على التليفزيون بصفة خاصة. ووجهوا في بحثهم اللوم إلى الطبقة الوسطى؛ لأنها المسئولة عن انحطاط الأحزاب السياسية وانحراف الناخب في الانتخابات. وقد استخدم «دافيس Davis» مصطلح «نظرية تدخل الإعلام» للإشارة إلى الدور الخطير الذي يمارسه التليفزيون في توجيه القضايا السياسية (٤١).

وكما اهتم السياسيون بتدخل الإعلام في السياسية، انشغل الإعلاميون أيضاً بهذا الدور وقال «كارل بيرنشتين» Carl Bbernstein - المعروف بتغطيته لفضيحة ووترجيت - عن إجراءات الإعلام الأمريكى وتدخله في السياسة: «إن الإعلام الموجود اليوم غير حقيقى، ومستوحى من نصوص غير مطابقة لحياتنا، وفى تغطيته شوهت سمعة الحياة الأمريكية، حيث يتم التركيز على تحريك العواطف التي تبتعد كثيرا عن الظروف الحقيقية للمجتمع، وتبتعد أيضا عن أصول الخطاب السياسى والاجتماعى ومسئولية الصحافة والإعلام». ويرى أصحاب «نظريات تدخل الإعلام» بأن التليفزيون قلب السياسة بتقويض سيطرة الحزب السياسى على الانتخابات، ويقول بعضهم إن التليفزيون قد حل مكان الأحزاب في عملية الانتخابات. فلم يعد المرشحون بحاجة للأحزاب لمؤازرتهم. وبدلا من ذلك يقوم المرشحون بتأجير مستشارين سياسيين لتوجيه استخدام إعلامهم في الانتخابات(٤٢).

٢- الاتصال الجماهيرى وعملية التغير الاجتماعى:

يقصد بالتغير الاجتماعى تلك العملية التي يحدث التحول بواسطتها في بناء النسق ووظيفته. وتتحدد عملية التغير في ثلاث خطوات وهى الاختراع والانتشار والنتيجة. فالاختراع هو عملية خلق أفكار جديدة أو تطويرها، بينما الانتشار هو

العملية التي تنتقل بواسطتها هذه الأفكار الجديدة خلال نسق اجتماعي معين، ويقصد بالنتيجة ذلك التغير الذي يحدث داخل النسق بعد تبني بعض التجديدات أو رفضها. فالأفكار الجديدة أو التجديدات ينبغي أن تنبعث إما من داخل النسق الاجتماعي أو من خارجه قبل أن تؤثر في البناء الاجتماعي(٤٣).

ويعد نشر المعلومة هو أول خطوة أساسية في عملية التغير الاجتماعي. وفي المجتمعات الانتقالية يعتبر الاتصال الجماهيري محدودا؛ لذلك يأتي دوره في عملية التغيير بطيئا. ومن هنا تعد وسائل الإعلام في هذه المجتمعات هي الوسائل المباشرة في عملية التغير الاجتماعي والثقافي. ويبدو ذلك في ارتكاز التنمية القومية على الزراعة الآلية وزيادة المستوى التعليمي ونمو مستويات الصحة العامة، وانتشار المعلومة بطريقة التغذية المرتدة، وتقليل النمو السكاني من خلال ضبط المواليد(٤٤).

ويرجع الاهتمام بدراسات انتشار التغير الاجتماعي على الأقل إلى القرن التاسع عشر، عندما قام «جبرائيل تارد» Gabriel Tarde عالم الاجتماع بإجراء دراسات كمية عن انتشار راديو الهواة Ham Radio، وتهجين بذور القمح، ومقاييس الصحة العامة، وطرق تعليمية جديدة. وفي الخمسينيات أجريت أبحاث على هذه العمليات وتأسس هذا الاتجاه في كل العلوم الاجتماعية. وقد لخص «ايفرت روجرز» Everett Rogers عددا من النظريات وتقارير الأبحاث عن عملية التكيف مع التجديدات. وناقش هذه العملية في ضوء المراحل الأربع التالية(٤٥) :

١- **مرحلة الإدراك** Awareness stage ويتعلم فيها الفرد وجود مادة أو موضوع جديد، ولكن ينقصه تفاصيل المعلومة بشأنها.

٢- **مرحلة الاهتمام** Interest stage وفيها ينمي الفرد اهتمامه بالتجديد، ويبحث عن معلومات إضافية عنه.

٣- **مرحلة التقييم** Evaluation stage وفيها يستخدم الفرد الفكرة الجديدة على نطاق ضيق لكي يحدد فائدتها.

٤- **مرحلة التكيف** Adoption stage وفيها يستخدم الفرد النوع الجديد أو الفكرة الجديدة باستمرار على نطاق واسع.

وواضح أن المراحل السابقة لا يمكن تطبيقها بدقة على كل فرد وكل تجديد. فبعض الأشياء لا نستطيع اختبارها على نطاق ضيق، وبعض الأشياء الأخرى يمكن أن يتكيف الأفراد معها مؤقتا ثم يتركوها.

والتجديد يمكن أن يكون مستعارا في بعض الأوقات من مجتمع آخر أو نتيجة اختراع أو اكتشاف. والاختراع هو عملية يعمل الفرد أو الجماعة على تقييم مجموعة من العناصر، وأحيانا تكون هذه العناصر موجودة في الثقافة السائدة، ولكن في إطار نمط جديد. وعندما يقرر عدد من الأفراد التكيف مع التجديد ويستخدمونه عموما في المجتمع، فنحن نرى أن هذا الانتشار diffusion يعد تجديدا. ويفترض «روجرز» أن انتشار المعلومات عبر هذه الخطوات يتم عن طريق وسائل الإعلام والتكيف وانتشار التجديد، وهى عمليات مرتبطة ببعضها. وقد كان التجديد في المجتمعات القديمة يتم من خلال جذب اهتمام الناس بواسطة كلمة من الفم[٤٦].

ولقد قام «لوسيان باى» Pye سنة ١٩٧٣ بدراسة حول التأثير الاجتماعى للإعلام، ولخص دراسته في مبدأين أساسيين، الأول هو الاستعداد نحو التحول والتغير بواسطة التأثيرات التي تجلبها وسائل الإعلام، والثانى أن هناك تفاعلا إيجابيا بين الفرد وهذه الوسائل. ويبرز الدور الكبير الذي يمارسه الإعلام في تشكيل سلوك الفرد، لأن الفرد يتعلم من البيئة الاجتماعية، وعلى الإعلام دراسة هذه البيئة، وإخبارنا بالأنماط المختلفة للدور الاجتماعى والتوقعات المصاحبة لذلك. إذا يجب أن يكون هناك صيغة حوار بين الأفراد والشخصيات الإعلامية. ويجب أن يقوم الإعلام أيضا بإبراز الحسن في المجتمع ونبذ العناصر السيئة، وأن يعطى تصور اللمجتمع المثالى سواء كان هذا التصور خياليا أم واقعيا. وهناك أسباب كثيرة تؤكد على أن الإعلام يمارس دورا هاما في هذه التصورات وأهمها[٤٧]:

١- يمارس الإعلام دورا هاما في تغيير المجتمع وخصوصا في المجتمعات المثقفة.
٢- يلعب الإعلام دورا كبيرا في عرض مشكلات الأفراد ومحاولة ايجاد حلول لها.
٣- وجود الثقة بين الفرد والإعلام، لأن الفرد يؤمن بأن الإعلام هو القناة الشرعية بين الفرد والعالم الخارجى.

وكل هذه الأسباب تؤكد على أن الإعلام يساعد على التكيف وتعديل سلوك الأفراد.

ويمكن القول عن الإعلام يعتبر همزة الوصل بين المجتمع المحلى والعالم الخارجى، ويشكل دورا هاما في تغيير السلوك والقيم. وكلما كان الإعلام مقنعا وتتسم موضوعاته بالموضوعية، كان له الأثر الكبير في توجيه الأفراد للتخلى عن العادات غير الصحيحة. وكانت هناك اتجاهات تؤكد أن الإقناع يلعب دورا هاما

وإذا فقد الإعلام هذه الميزة بدا تأثيره ضعيفا. وقد أكد «روشير» Rosheir على أن الإحصائيات الدقيقة هي السبيل الوحيد للإقناع. كما أكدت دراسة كل من «هارت منر» HartManr و«هاسبند» Husband سنة ١٩٧٤ أن الإعلام يلعب دورا اجتماعيا في عملية تكيف المهاجرين في الدول التي يهاجرون إليها مع باقي الشعب. ونلاحظ أن الإعلام يقوم بدور المعلم بالنسبة لهم وكذلك النازحين من مكان إلى آخر، فيعلمهم قيم وعادات المجتمع الجديد، وتخطى المشاكل التي تنجم بين المهاجرين وشعوب المجتمع نتيجة الاختلافات في اللغة والدين والقيم والعادات(٤٨).

وأخيرا يرى «جاربنر»Gerbner أن وسائل الإعلام تتمتع بتأثير متميز في قدرتها على زرع الأفكار والقيم الثقافية. ويختلف هذا التأثير من فرد إلى آخر حسب الوقت والمكانة الاجتماعية والسلم الوظيفي. وقد اهتم «ما رشال ماكلوهان» بهذه الأفكار، وركز على أن العالم سوف يكون بمثابة قرية صغيرة نتيجة للتقدم الهائل الذي سوف يحدث في أجهزة الإعلام، وخصوصا في التليفزيون. وقد لاحظ أن النظريات الخاصة بتغير الثقافة في المجتمع لا تبعد كل البعد عن بعضها، وأن هدف أى فرد هو الحصول على خبرة، ويلاحظ أيضا أنه مع تقدم أجهزة الإعلام سوف تتشابه الخبرات في كل أنحاء العالم نظرا لتشابه الإعلام. فالثقافة وتوابعها يتأثران بدرجة كبيرة بالإعلام. وفى النهاية يمكن القول بان أهمية الإعلام ودوره يختلف من مجتمع لآخر(٤٩).

ولما كان الإعلام يختلف دوره في عملية التنمية من مجتمع إلى آخر، فقد رأى بعض الباحثين من دول العالم الثالث أن مفتاح التنمية في هذه الدول يكمن في الثقافات التقليدية لها. ولذلك يدعو هؤلاء الباحثون إلى التكامل المتعمد والمتأنى بين أنماط الاتصال التقليدية والحديثة لضمان نجاح الرسائل التنموية. وقد استمد هذا النموذج قوته من الأبحاث التي أجريت حول الإقتناع وتغيير الاتجاهات. وإن فرص نجاح ودوام التغيير الاجتماعى تكون أكبر عندما يتوافق هذا التغير مع القيم وأساليب الحياة التي يتقبلها المجتمع. علاوة على ذلك أن المشاركة العامة في عملية إحداث التغيير تساعد على تأكيد استمراره. ويفسر أصحاب هذا الاتجاه فشل وسائل الإعلام الحديثة في تعبئة شعوب العالم الثالث نحو عمليات التنمية التي توجه وسائل الإعلام نحو النخبة، وبعدها عن المشاركة وانفصالها عن وسائل الاتصال التقليدية. ويرى أنصار الاهتمام بالجوانب الثقافية أن وسائل الإعلام

الجماهيرية قد حازت على قدر كبير من الاهتمام، وخاصة من أنصار الاهتمام بعمليات التحديث، هذا في الوقت الذي يتم فيه تجاهل أكثر أساليب الاتصال تأثيرا وهى الاتصال بين الأشخاص. والأخطر من هذا اعتمد منظرو التحديث في استخدامهم لوسائل الإعلام كمؤشر للتنمية -على الزيادة في عدد الأجهزة الإعلامية، ولم يهتموا بالمضمون وهو البعد الهام(٥٠).

ويتضح مما سبق أن السياسات الاتصالية تتخلف عن مسايرة عمليات التنمية في البلاد النامية. وإذا أردنا تصحيح مسار هذه السياسات يجب توجيه العمليات الاتصالية نحو عمليات التنمية توجيها مركزيا، وتزويد السكان بقنوات اتصالية فعالة لتوصيل وجهات نظرهم إلى الصفوة الحاكمة. وجدير بالذكر أن سياسات الاتصال هى أول مرحلة من مراحل التنمية، وعلاوة على ذلك هناك علاقة ارتباطية واضحة بينهما. وتنعدم قيمة تلك السياسات إذا ما وضعت في آخر مرحلة من مراحل التنمية(٥١).

وفى النهاية يمكن القول إن الاتصال الجماهيرى هو أحد المؤسسات في المجتمع وتتوقف قدرته على الإسهام بطريقة إيجابية في عملية التنمية على دور المؤسسات الأخرى المرتبطة بالسياسة والاقتصاد والتعليم والقانون. ولهذا يجب التخطيط السليم والمراقبة الجادة لبرامج التنمية، وذلك لكى تتحقق التنمية الشاملة في دول العالم الثالث.

خاتمة: مناقشة وتقييم

يبدو من تحليل ومناقشة القضايا السابقة أن الاتصال الجماهيرى أصبح أداة أساسية للتفاعل بين المجتمعات ونقل الثقافات بين شعوب العالم. وقد ساعدت الإمكانيات الهائلة التي تتمتع بها وسائل الإعلام على تحقيق هذه الوظائف. وقد برزت التأثيرات العديدة لوسائل الإعلام في الفرد والجماعة والمجتمع. وأصبحت وسائل الإعلام لا تقتصر مهامها على المجالات الترفيهية وحسب، بل تشمل مجالات التنمية الاقتصادية الاجتماعية والثقافية.

ويمكن القول أن في المجتمع المعاصر أصبحت وسائل الإعلام إحدى المؤسسات الهامة التي يُعتمد عليها في تنفيذ برامج التنمية والتغير الاجتماعى ونشر التحديث. ومن المعروف أن الدول المتقدمة سبقت الدول النامية في توظيف وسائل الإعلام

في عمليات التنمية منذ سنوات عديدة. ولذلك تقع مسؤولية توظيف استخدام هذه الوسائل على عاتق حكومات هذه الدول، حيث توجد مجالات عديدة لهذا الغرض مثل محو الأمية الوظيفية، وغرس القيم الحضرية وتشجيع المشاركة السياسية، ونشر المستحدثات التكنولوجية، وتغيير القيم السلبية، وهناك العديد من المجالات الأخرى التي تسطيع وسائل الإعلام في دول العالم الثالث المساهمة بفاعلية فيها.

الهوامش

1- David K. Berlo. The Process of communication , Holt, Rinehart and Winston , London, 1979,p. 147.

2- Ibid. , P. 148.

3- Eric Harlow , Practical communication, Longman , London, 1967,p. 3.

4- Melvin L. Defleur, Evertte E. Dennis, understanding Mass communication, Houghton Mifflin Company, Boston, London, 1981,pp. 12, 13.

5- Jay W. Stein, Mass Media education and Better Society, Nelson Hall Inc. , Chicago, 1979, p. 73.

6- David L. sills, International Encyclopedia of The Social Sciences, The Free Press, New York, Vol. 7, 1968, p. 42.

٧- إسماعيل الملحم، وسائل الاتصال الحديثة ووحدة الشخصية القومية للأمة العربية، مجلة الوحدة، السنة الخامسة، المجلس القومى للثقافة العربية، الرابط، العدد، ٥٤، مارس ١٩٨٠، ص ١٢١، ١٢٢.

8- Melvin L. Defleur, Evertte E. Dennis, op. cit. ,p. 24.

9- Ibid. , p. 24.

١٠- إسماعيل الملحم، مرجع سابق، ص ١٢٢.

11- Melvin L. Defleur, Evertte E. Dennis, op. cit. ,p. 6.

12- Werner J. Severin,James W. Tankard JR. Communication Theories, origins, Methods, and Uses in the Mass Media Longman, London, 1992, p. 38.

13- Ibid. , pp. 40,41.
14- Ibid. , p. 52.
١٥- د. سعيد إسماعيل على، التعليم والإعلام، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، المجلد الرابع والعشرون، العددان الأول والثانى، يوليو / سبتمبر وأكتوبر / ديسمبر، الكويت، ١٩٩٥، ص ص ١١٠ - ١١١.
١٦- تشارلز رايت، المنظور الاجتماعى للاتصال الجماهيرى، ترجمة محمد فتحى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٣، ص ص ١٤ - ١٦.
17- David L. Sills, op. Cit. , p. 78.
١٨- د. جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٣٣٦.
19- The New Encyclopoedia Britannica. , Vol. 4, p. 309.
٢٠- د. جيهان رشتى، مرجع سابق، ص ٣٦٧.
21- Roger Silverstone, Televistion and every day life, Routledge, London, 1994. , p. 24.
22- Denis Mequail, The Influence and effects of Mass Media , in : James curran , ed. , Mass Communication and society, Edward Arnold, London, 1977. p. 75.
23- Ibid. , p. 75.
24- Melvin L. Defleur, Evertte E. Dennis , Op. Cit. , p. 314.
25- Ibid. , p. 315.
26- Denis Mequail, The Inffluence and effects of Mass Media, op, cit. , p. 76.
27- Ibid. , p. 76.
٢٨- د. جيهان رشتى، مرجع سابق، ص ٣٦١.
٢٩- مرجع سابق، ص ٣٦٤.
30- Dennis Mcquail, Mass communication Theory – An Inteoducation , Sage publication, Second edition London , 1988,p. 70.
٣١- تشارلز رايت، مرجع سابق، ص ص ٢٣، ٢٤.
٣٢- المرجع السابق، ص ٢٢.

33- Dennis Mcquail, Mass communication Theory, op. Cit. , pp. 71, 72.

34- Ibid. , p. 285.

35- David Crowley, David Mitchell, communication Theory Today, polity press, London, 1994, pp. 236, 236.

36- Denis Mcquail, The Influence and effects of Mass Media , op. Cit. , p. 77.

37- David Crowley, David Mitchell, op. Cit. , p. 237.

38- Ibid. , p. 238.

39- Ibid. , p. 238.

40- Ibid. , p. 238.

41- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis , Mass communication Theory – Foundations, Ferment and Future, Wadsworth publishing company, California, 1995, p. 336.

42- Ibid. , p. 337.

٤٣- د. سامية جابر، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث – النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٥، ص ٣١٦.

44- Melvin L. Defleur E. Dennis, op, cit. , p. 323.

45- Ibid. , p. 316

46- Ibid. , p316.

47- Dennis Mcquail, The Influence and effects of Mass Media, op. Cit. , pp. 80, 81.

48- Ibid. , p. 82.

49- Ibid. , pp. 89,90.

٥٠- د. ألفت حسن أغا، الاتصال الجماهيرى وتنمية العالم الثالث، مجلة السياسة الدولية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، الأهرام، أكتوبر، ١٩٩١، ص ص ٤٩، ٥٠.

51- L. W. pye, ed. Communication and Political development, Princeton, University Press, 1963, p. 229.

الفصل الثاني

نظريات الاتصال الجماهيرى
"رؤية تحليلية سوسيولوجية"

- مقدمة.
- أولاً- علاقة الاتصال الجماهيرى بدراسة الاتصال الجماهيرى.
- ثانياً- النظريات البنائية الوظيفية ودراسة النسق الاتصالى:
  ١- التفاعلية الرمزية والسلوك الاتصالى.
  ٢- النظرية الفينومينولوجية وبناء المعانى.
  ٣- نظرية تحليل الثقافة ونمط استخدام الوسيلة.
- ثالثاً- النظريات النقدية ودراسة الاتصال الجماهيرى:
  ١- مدرسة فرانكفورت والدراسات الثقافية النقدية.
  ٢- الماركسية المحدثة ونظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام.
  ٣- نظرية إنيس وماكلوهان وسمايث.
- خاتمة: مناقشة وتقييم.
- الهوامش.

الفصل الثانى

نظريات الاتصال الجماهيرى
" رؤية سوسيولوجية تحليلية "

مقدمــة:

تعددت الاتجاهات النظرية في علم الاجتماع التي تهتم بدراسة الاتصال الإنسانى بصفة عامة والاتصال الجماهيرى خاصة. وقد ارتبط تفسير هذه الاتجاهات بالتوجهات الأيديولوجية السائدة. حيث يرى أصحاب النظرية البنائية الوظيفية أن الواقع الاجتماعى تحكمه القيم والأفكار والمعتقدات، بينما يرى أصحاب النظرية النقدية أن هذا الواقع تحكمه كيفية إنتاج أفراد المجتمع لمستلزمات معيشتهم وأسلوب توزيع عائد الإنتاج ونوعية العلاقات المترتبة على ذلك.

ووفقا لهذه الاتجاهات تنظر البنائية الوظيفية إلى الإعلام باعتباره نسقا من الأجزاء المرتبطة. وتكمن الوظيفة الأساسية له في ربط أجزاء المجتمع وضمان وجود التكامل الداخلى بين أعضائه والقدرة على خلق استجابة لدى الأفراد، فضلا عن مسئوليته في عملية ضبط السلوك وتوجيه الآراء. أما النظرية النقدية فقد أكدت على مجموعة من القيم التي تسعى إلى تغيير الأوضاع الاجتماعية. وتركز على دراسة الوحدات الكبرى، حيث تهتم بالنظام الاجتماعى ككل. وتولى أهمية لاستخدام الصفوة للإعلام وكشف أثرسيطرة الحكام على الثقافة وأجهزة الإعلام ومحاولة اقتفاء أثرهم.

وتبدو العلاقة الوثيقة التي تربط بين دراسة الاتصال الجماهيرى والنظريات السوسيولوجية من خلال افتراضين أساسيين، يهتم الأول بدراسة دور المؤسسة الإعلامية في إنتاج المعرفة وإعادة إنتاجها وتوزيعها من خلال مجموعة من الرموز التي تشير إلى أهميتها في تزويدنا بالخبرة عن العالم الاجتماعى. وتغرس هذه المعرفة لدينا الإحساس بهذه الخبرة، وتشكل إدراكاتنا، وتساهم في تخزين معرفة الماضى

وفهم التيارات الفكرية السائدة. وإجمالا تختلف وسائل الإعلام عن المؤسسات المعرفية الأخرى في عديد من القضايا أهمها: إن العلاقة بين المرسل والمستقبل هى علاقة متوازنة ومتساوية وأن الإعلام يصل إلى معظم الناس بسرعة بالمقارنة بالمؤسسات الأخرى، بالإضافة إلى سهولة إجراء عملية تشكيل الرأى من خلال وسائل الإعلام، حيث تتم بطريقة اختيارية وغير محددة ومنخفضة التكاليف. أما الافتراض الثانى فيتمثل في أن وسائل الاعلام تشغل دورا توسطيا بين الواقع الاجتماعى الموضوعى والخبرة الشخصية. ويبرز ذلك في معان عديدة، كتدخل القائمين على الاعلام- مثلاً- بين جمهور المستقبلين والمؤسسات الأخرى التي نتعامل معها مثل المؤسسات القانونية والصناعية وأجهزة الدولة. ويهتم القائمون على أجهزة الاعلام بضرورة الربط بين المؤسسات المختلفة والأحداث المتعددة(١).

وتوجد مبادئ فلسفية ومعيارية عامة تؤكد العلاقة التي تربط الإعلام بالمجتمع. ويتضح ذلك على المستوى الرسمى وغير الرسمى؛ إذ توجد روابط بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الاجتماعية الأخرى، حيث تتداخل الوظائف وتتشابك المهام بينها. وعلى سبيل المثال يتأثر المضمون الذي تقدمه الوسيلة بالظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة، وتتحدد أيضا حرية الإعلام من خلال التشريعات والقوانين. وكذلك توجد علاقات غير رسمية بين الإعلام والمجتمع. ويأتى ذلك من خلال التفاعل المستمر بينهما(٢).

ونظرا لأهمية العلاقة الوثيقة التي تربط الإعلام بالمجتمع، رأى بعض الباحثين الغربيين مثل «تونى بنت» عدم إمكانية الفصل بين نظريات وسائل الإعلام ونظريات المجتمع. وقد أدت التقسيمات العديدة لنظريات الإعلام- وارتباط ذلك بتغير مفهومه ودوره من وقت لآخر ومن مكان إلى آخر -إلى مطالبة العديد من العلماء بضرورة وجود نظرية اجتماعية في الإعلام تستطيع أن تواكب التقدم التكنولوجى وأثره في الحياة الاجتماعية. ويمكن إيجاز العوامل التي دفعت العلماء إلى البحث عن هذه النظرية فيما يلى(٣):

١- انتشار الحرية على نطاق واسع في وسائل الإعلام بالنسبة للقضايا التي تتناولها. وقد لاحظ بعض الباحثين أن لهذه الحرية بعض الأدوار السلبية، مما نتج عنه تكوين بعض الأراء التي تطالب بتقليل أهمية هذه الحرية.

٢- تعد عملية تغطية الأخبار بطريقة صحيحة وموضوعية هدفا أساسيا يسعى

الإعلام إلى تحقيقه، ولكن يمكن أن يحدث في بعض الأحيان وجود أخطاء في مصداقية الأخبار مما يؤدى إلى نقد مؤسسات الإعلام من قبل الأفراد.

٣- ربما يكون الموضوع القديم والجديد في الوقت نفسه هو علاقة الإعلام بأمن المجتمع ووحدته، وقد لوحظ استخدام الدولة وسائل الإعلام في تغطية بعض الأحداث مثل قضايا العنف والإرهاب والجريمة المنظمة. ومن الأشياء المثيرة للاهتمام قيام الدولة في بعض المجتمعات بتحديد وظيفة الصحافة في تغطية بعض الأحداث، وممارسة دور رقابى على مؤسسات الإذاعة والتلفزيون.

٤- توجد العديد من الحوارات والمناقشات في كثير من الدول حول الأخلاق والجنس والجريمة والعنف ودور الرقابة المباشرة في الالتزام بالمعايير الأخلاقية. وعلى سبيل المثال تبرز مناقشات عديدة بشأن تحديد حرية الإعلام بهدف حماية المجتمع من التأثيرات الخارجية ممثلة في «البث المباشر» ونتائجه السلبية على حرية المرأة وتغيير العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.

٥- من الواضح أنه منذ قديم الأزل، يبرز دور الإعلام في المجال التربوى والثقافى وفى معظم الفنون. ومن الملاحظ أن معظم مؤسسات الإعلام تتنافس فيما بينها لإبهار المشاهد أو القارئ أو المستمع. وحتى تستطيع هذه المؤسسات توصيل رسالتها، تستخدم الإعلانات التجارية كوسيلة مالية لتغطية نفقات هذه الخدمات. ومن هنا يبدو الصرع بين المحافظة على القيم الأخلاقية والثقافية الأصيلة ومحاولة جذب اهتمام الجماهير للوسيلة.

٦- تبرز مشكلة التبعية الثقافية إحدى القضايا التي تواجه المجتمعات النامية، ولذلك طالبت وجهات نظر عديدة بالتخلص من هذه المشكلة. وتنادى بعض الآراء بضرورة فرض العديد من القوانين والتنظيمات التي تحدد وظيفة كل من الصحافة والتليفزيون، وإبراز دور الدولة في تحديد نوعية الأخبار. وتأتى آراء أخرى لتؤكد أهمية حيادية الدولة واتخاذ الموضوعية سبيلا في تحديد الأخبار، وترك المشاهد يحدد أهمية الموضوعات والقضايا المثارة. وأخيرا تنادى بعض الآراء بضرورة الاهتمام بتكامل الثقافة المحلية وإحكام السيطرة على ملكية وسائل الإعلام وبعض المؤسسات التي تختص بالإنتاج الإعلامى. ويمكن القول إن دور الإعلام يختلف من مجتمع إلى آخر حسب

ثقافته وتقدمه. والدليل على ذلك أنه توجد في بعض المجتمعات المتقدمة حرية كاملة بالنسبة لوسائل الإعلام وإبداء الآراء في كافة الموضوعات. ولكن في بعض الدول النامية لا يستطيع الإعلام مناقشة بعض الموضوعات وخصوصا قضايا الحكم والسياسة.

وفى هذا الفصل نحاول إلقاء الضوء بالمناقشة والتحليل على علاقة الاتصال الجماهيرى بنظريات علم الاجتماع، ثم نتناول إسهامات هذه نظريات في هذا المجال، ويأتى ذلك من خلال تحليل إسهامات النظريات البنائية الوظيفية في دراستها للنسق الاتصالى وإسهامات النظريات النقدية.

أولاً : علاقة الاتصال الجماهيرى بنظريات علم الاجتماع

بداية يجب أن نذكر أن ميدان الاتصال الجماهيرى يعتبر حديثا نسبيا بالمقارنة بالعلوم الاجتماعية الأخرى، وقد ساهمت تخصصات عديدة في نهضته مثل علم الاجتماع وعلم النفس والإدارة والقانون والسياسة وغيرها من العلوم الاجتماعية بالإضافة إلى بعض العلوم الطبيعية. صحيح أن ميدان الاتصال الجماهيرى شهد في ربع القرن الأخير تطورا كبيرا سواء أكان على مستوى النظرية أو المنهج أو مجالات تخصصاته كعلم يدرس في الجامعات. ولم تقتصر هذه النهضة على العالم الغربى، بل امتدت لتشمل العالم العربى، وأصبحت هناك كليات للإعلام وأقسام متخصصة تقوم على تدريسه، وتعتنى بإجراء البحوث ورصد الظواهر الإعلامية في المجتمع. وبالإضافة إلى ذلك برزت آراء تنادى بضرورة استقلال علم الاتصال عن العلوم الاجتماعية الأخرى. فقد دعا «محمد البادى» إلى ضرورة جمع المعرفة العلمية المبعثرة الخاصة بظاهرة الاتصال حيث تتوزع على مجالات علمية متعددة كالأنثروبولوجيا والإدارة والهندسة وعلم النفس والاجتماع والفلسفة وغيرها. ويتبنى وجهة نظر تؤكد أن بعثرة علوم الاتصال لها آثار سلبية على تكامل الرؤية وشمولها لظاهرة الاتصال[٤] ولم تكن هذه الدعوة هى الأولى من نوعها، فقد سبقها دعوة «فاروق أبو زيد» ، إلى استقلالية علم للصحافة، غير أنه اشترط إمكانية قيام علم للصحافة تعتمد فيه الدراسات على معايير موضوعية قابلة للضبط الكمى[٥].

وبينما دعت الآراء السابقة إلى ضرورة استقلال الاتصال الجماهيرى عن العلوم الاجتماعية الأخرى، وجدت آراء أخرى معارضة لهذه الفكرة. وتبنى إحداها «الفونس زيلبرمان» A. Silberman وأودو ميكائيل كر وجر U M Kruger

في كتابهما «سوسيولوجيا الاتصال». حيث تناول الكتاب في أحد فصوله الموقف النظرى لبحوث الاتصال الجماهيرى، عبر فيه المؤلفان عن وجهة نظر تؤكد أن ميدان بحوث الاتصال لم يتطور بعد إلى الحد الذي يمكن أن يعد فيه ميدانا علميا مستقلا برأسه. فهو ما زال يمثل مبحثا علميا متميزا، أو نقطة التقاء علمية تتقاطع عندها اهتمامات طائفة من العلوم الإنسانية والاجتماعية. ويؤكد الباحثان حقيقة منهجية علمية هامة، هى أن الدراسة في بحوث الاتصال وعملياته لابد أن تتم بواسطة فريق متكامل من التخصصات. ويدلل الباحثان على صحة أفكارهما بأن عدم وجود إطار نظرى محكم حتى الآن لعلم الاتصال يضفى مشروعية على هذا التنوع، وعلى هذا الاعتماد المتبادل بين الجوانب الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية والسياسية لعملية الاتصال. ويفرض على الباحث المتخصص في هذا الميدان أن يأخذها جميعاً في اعتباره عند الملاحظة أو في تفسيره إذا ما أراد أن يتجنب الوقوع ضحية أطر نظرية أحادية أو جزئية(٦).

ويوافق وجهة النظر السابقة دراسة «سامية جابر» عن الاتصال الجماهيرى في المجتمع الحديث(٧) حيث ناقشت علاقة الاتصال الجماهيرى بالعلوم الاجتماعية الأخرى، وأشارت إلى انه لا يمكن إنكار وجود محاولات عديدة للتفكير في طريقة تأثير وسائل الاتصال في الأفراد والجماعات، ومجموعة أطر تصورية أو فروض عامة صيغت بصدد مجالات وسائل الاتصال، كما أن هناك تراكما هائلا للبيانات الامبيريقية التي تتصل ببعض عمليات الاتصال أو ببعض آثارها، ولكن مازال هذا الميدان غير متماسك بعد بواسطة مجموعة من المفاهيم المتطورة أو هيكل من الفروض المترابطة أو صياغة إطار تفسيرى شامل.

وفضلا عن ذلك لا يمكن العثور على أية نظريات تتعلق بعملية الاتصال الجماهيرى في النظريات المتصلة بطبيعة المجتمع، وتحظى بالاتفاق يمكن أن تسمى حقيقة «بنظرية الاتصال الجماهيرى» . ويبدو من هذه الدراسة أنها توافق دراسة زيلبرمان وكروجر «فى تأكيد أهمية دراسة الاتصال الجماهيرى ضمن العلوم الاجتماعية. وتستند هذه الفكرة على دعاوى أساسية أهمها أن وسائل الاتصال الجماهيرى تعكس طبيعة البناء الاجتماعى والقيم الاجتماعية لمجتمع ما، في الوقت الذي تقوم فيه بدورها كهيئات أو أدوات للتغيير الاجتماعي، بالإضافة إلى ما تتميز به عمليات الاتصال من طبيعة معقدة، مما ينتج عنه أن وسائل الاتصال تعتبر سببا ونتائج في الوقت نفسه على حد تعبير «سامية جابر» في دراستها.

ويستدل من عرض وجهتى النظر السابقتين بشأن مدى اعتماد الاتصال الجماهيرى على نظريات خاصة به ومناهج لتحليل قضاياه، أن هناك تباينا واضحا في وجهتى النظر. وكاتب هذه السطور يؤيد ضرورة ارتباط الاتصال الجماهيرى بالعلوم الاجتماعية الأخرى، وذلك لأن طبيعة المواد التي تعرضها وسائل الإعلام تتميز بخاصية أساسية هى أن تفسير هذه المواد وتحليلها ودراسة نتائج تأثيرها في المجتمع لا يستطيع علم بعينه القيام بها ؛إذ يجب تداخل تخصصات عديدة في دراستها، بالإضافة إلى أن تكنولوجيا الإعلام المتلاحقة قد صعبت في كثير من الأحيان وجود إطار نظرى ملائم لملاحقة هذه التطورات التكنولوجية. ولذلك نحن نميل إلى وجهة النظر التي تدعم التداخل القائم بين دراسة الاتصال الجماهيرى والعلوم الاجتماعية عامة وعلم الاجتماع خاصة.

وإذا حاولنا توضيح مظاهر العلاقة بين الاتصال الجماهيرى وعلم الاجتماع، فسنجد أن هناك العديد من الدراسات والأبحاث التي تؤكد هذه العلاقة وتنميها، غير أن تناول هذه العلاقة جاء من خلال منظورات أيديولوجية، بمعنى أنه ذهب فريق من الباحثين إلى تأكيد أهمية النظرية البنائية الوظيفية دون سواها، واعتبارها مدخلاً وحيدا في دراسة الاتصال الجماهيرى، بينما يوجد فريق آخر يؤكد أهمية النظريات الوظيفية والنقدية معا. ونظرا لتعدد الدراسات والأبحاث في هذه القضية سوف نعرض بعضها بايجاز في السطور التالية.

يذهب الفريق الأول من الباحثين في دراستهم إلى أن إسهام النظرية البنائية الوظيفية من خلال الدراسات الأمريكية أمر لا يساوره الشك. ويرى أصحاب هذه التوجه أنه يرجع الفضل إلى رواد هذه النظرية في تطوير بحوث الإعلام ونظرياته. ومن أمثلة هذه الدراسات كتاب «ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش» المعنون «بنظريات وسائل الإعلام» ، إذ أشار الباحثان إلى أهمية نظرية المجتمع الجماهيرى في الدراسات الإعلامية، وتحدثا عن نظريات التأثير الاختيارى ممثلة في نظريات الفروق الفردية ونظرية العلاقات الاجتماعية. واهتما أيضا بنظريات التأثير غير المباشر، باعتبار أن وسائل الإعلام تمثل عاملا مساعدا في التطور الاجتماعى للفرد. وناقشا أهمية وسائل الإعلام في بناء المعنى من خلال نظريات التركيب الاجتماعى[٨]. وقد أكدت «سامية جابر» هذه الأفكار أيضا في دراستها سالفة الذكر، حيث ذكرت أنه بالرغم من الانتقادات العديدة التي وجهت إلى مفهوم

المجتمع الجماهيرى، كان ولا يزال يؤثر تأثيرا فعالاً في تشكيل وجهات نظر العلماء والباحثين في مجال علم الاجتماع بوجه خاص والعلوم الاجتماعية بوجه عام حول المغزى الاجتماعي للاتصال الجماهيرى. ويشترك مع هذا التوجه «جيهان رشتى» في كتابها الشهير «الأسس العلمية لنظريات الإعلام» ، حيث أبرزت أهمية المنظور السوسيولوجى في دراسة الاتصال الجماهيرى من خلال نموذجى «تشارلز رايت» و"ملفين ديفلير» . إذ أشار «رايت» إلى بعض النقاط النظرية والمنهجية المتصلة بتطور النظريات الوظيفية في دراسة الاتصال الجماهيرى. وأوضح أن التحليل الوظيفى يهتم بدراسة المهام التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرى باعتبارها من الظواهر التي تؤثر بلا شك في النظام الاجتماعى. أما «ملفين ديفلير» فيرى أن التحليل الوظيفى يركز على ظاهرة معينة تحدث في نطاق نظام اجتماعى معين، ثم كشف النتائج التي تساهم بها الظاهرة في استقرار ودوام النظام(٩).

وبالإضافة إلى الدراسات السابقة، تشترك دراسة «زيلبرمان وكروجر» مع هذا التوجه، إذ أشارت إلى أن البدايات الأولى لبحوث الاتصال في الولايات المتحدة قد ارتبطت بأعمال علماء كبار مثل «تشارلز كولي» و"جورج هربرت ميد» و"روبرت بارك» ، ولكن البحوث الحقة في الاتصال الجماهيرى ارتبطت بعد ذلك بإسهامات كل من «هارولد لازويل» و"بول لازرسفيلد» و"كورت ليفى» و"كارل هوفلاند» . وبالنسبة «للازويل» فيرجع إليه الفضل الأول في زيادة بحوث تحليل المضمون ؛ إذ أصبحت بعد ذلك ركنا أساسيا من أركان بحوث الاتصال الجماهيرى. أما «بول لازرسفيلد»- عالم الاجتماع الأمريكى النمساوى الأصل- فهو الذي مهد الطريق للبحوث الامبريقية للاتصال الجماهيرى. أما الإسهام الرئيسى «لكارل هوفلاند» فيتمثل في تطوير بعض التحليلات التجريبية في بحوث الاتصال الجماهيرى، ودراسة آثار المضامين الدعائية والاستهوائية التي تبث ودورها في تغيير الآراء(١٠).

ولم تقتصر إسهامات نظريات علم الاجتماع الوظيفية في دراسات الإعلام على تناول دورها وأهميتها. بل حاول بعض الباحثين استخدامها كنظرية وحيدة في تفسير المجتمع. وقد برز ذلك عندما ركز «صالح أبو إصبع» على نظريات التأثير في وسائل الإعلام وقسمها إلى ثلاث، تتمثل في نظريات التأثير المحدود، والتأثير المعتدل، والتأثير القوى غير أنه عاد وانتقدها واقترح نظرية بديلة لدراسة التأثير أسماها «بنظرية الاصطياد»(١١). أما «فلاح كاظم المحنة» فعندما تحدث

عن سوسيولوجيا الاتصال؛ فقد ركز على نظريات التطور والتنمية الاجتماعية واهتمت نظرية «ليرنر» بالمجتمع التقليدى(١٢).

ويُستدل من تحليل الدراسات السابقة أنها تشترك جميعاً في تبنى النظريات الوظيفية كمدخل وحيد في دراسة الاتصال الجماهيرى في مقابل التجاهل المتعمد للنظريات النقدية. صحيح أن الدراسات الأمريكية ساهمت في تطوير بحوث الإعلام- وإن كان هذا مجال اختلاف بين الباحثين- من خلال إدخال الأساليب الإمبيريقية في دراسة الاتصال الجماهيرى، وكذلك الاهتمام بالأساليب الكمية في تحليل الرسائل الإعلامية عبر تحليل المضمون. إلا أن هذه الإسهامات الواضحة للنظريات البنائية الوظيفية، لا يمنع الاستفادة من النظريات النقدية.

وبينما اتجه الفريق الأول من الباحثين إلى التركيز على إسهام النظريات الوظيفية في دراسة الاتصال الجماهيرى، ذهب الفريق الآخر ليؤكد أهمية النظريات البنائية الوظيفية والنقدية معا، وعلى سبيل المثال اهتم «دينيس ماكويل» في معظم كتاباته ومقالاته(١٣) بالمنظور السوسيولوجى في دراسة الاتصال الجماهيرى، وهو صاحب الكتاب الهام «علم اجتماع الاتصال الجماهيري» Sociology of Mass Communica-tion حيث أكد أهمية دراسة الاتصال الجماهيري، من خلال منظورات متعددة، فقد تحدث عن نظرية المجتمع الجماهيري، والمنظور الماركسى، والبنائية الوظيفية، والنظريات النقدية وغيرها من التوجهات النظرية المختلفة. ويشترك مع هذا التوجه «جون تومبسون» John B. Thompsom الذي أكد على إسهامات نظريات علم الاجتماع بشكل واضح في دراسة الاتصال الجماهيرى. وقام بتصنيف هذه الاتجاهات النظرية الى ثلاث، يمثل الأول مدرسة فرانكفورت من خلال الكتابات المبكرة لمنظرى هذه المدرسة أمثال «هوركهايمر» و"أدورنو» و"ماركيوز» ، وكذلك «هابرماس» الذي اهتم بتشكيل الاهتمامات العامة. أما الاتجاه الثانى فيمثله «إنييس Ennis وماكلوهان Mcluhan حيث اهتم الأول بدراسة العلاقات التاريخية بين الاتصال والقوة، والثانى بتحليل ما يسببه الإعلام الإلكترونى من آثار والدعوة إلى ما يسمى «بالقرية العالمية» . وأخيراً يأتى الاتجاه الثالث وهو التفسيرى، حيث يهتم بتفسير سياق الأشكال الرمزية. ويطلق المفسرون على أنفسهم بأنهم يهتمون بواقع مستقبل المنتجات الإعلامية، ويزعمون أنهم يولون أهمية لعملية تشكيل الذات، ويرفض أصحاب هذا التوجه اعتبار المستقبلين مستهلكين مجهولين(١٤).

أما «جون دوينج» John Downing فقد حاول التركيز على مجموعة من النظريات التي تتباين منطلقاتها الأيديولوجية، فكما اهتم بتحليل وظائف الإعلام عند تالكوت بارسونتز، ركز أيضا على النظرية الإعلامية النقدية، وقد برز ذلك من خلال تناول إسهامات جرامشي والتوسير وبولنتزاس وتشومسكي وهيرمان(١٥) وواضح أن «دوينج» من الباحثين الذين يهتمون بتوظيف نظريات الإعلام في تحليل واقع المجتمعات، وقد استفاد من دراساته في تناول موقف نظريات الإعلام من التغيير الحادث في أوروبا الشرقية. واهتم أيضا «محمد عبد الحميد» بتناول الإطار المؤسسى لوسائل الإعلام من خلال عرض نظريات تبحث العلاقة بين المؤسسات الاجتماعية ونماذجها، وركز على دراسة البنائية الوظيفية الكلاسيكية ومفهومها للإعلام من خلال نظريات «ملفين ديفلير ونموذج هيبرت وزملائه. واهتم أيضا بعرض الاتجاهات النقدية وحصرها في مدرسة فرانكفورت والنظرية الثقافية النقدية(١٦). واستمرارا لهذا التوجه أكدت أيضا دراسة «سامى عبد الرؤوف طايع» ريادة علماء الاجتماع في الاهتمام بوسائل الإعلام. وقد قسم الباحث مراحل تطور بحوث الإعلام إلى ثلاث مراحل ارتبطت جميعها بإسهام نظريات علم الاجتماع، حيث بدأت المرحلة الأولى مع بداية اهتمام علماء الاجتماع بدراسة وسائل الإعلام منذ مطلع القرن العشرين إلى نهاية العقد الثالث من هذا القرن وخلال هذه المرحلة بدأ ينظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها من المؤثرات المهمة في تكوين الرأى العام والمعتقدات السائدة وتغيير العادات. أما المرحلة الثانية (١٩٤٠- ١٩٦٠) فقد تأثرت الدراسات الإعلامية فيها بالباحثين الأمريكيين الذين اعتمدوا في دراستهم على نظريات علم النفس والبنائية الوظيفية فيما يتعلق بتأثير الإعلام على موضوعات أكثر شمولية تتعلق بعلاقة المؤسسات الإعلامية مع غيرها من المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وتتميز هذه المرحلة بإسهام الاتجاهات النقدية السوسيولوجية في الدراسات الإعلامية(١٧). ويرى الباحث أن هذه الدراسة تعتبر من أكثر الدراسات التي حاولت إبراز مكانة نظريات علم الاجتماع في الاتصال الجماهيرى ؛ إذ حاول سامى عبد الرؤوف إيجاد علاقة ارتباط بين نمو البحوث الإعلامية وازدهارها بالنمو والتطور الذي مرت به نظريات علم الاجتماع.

وبالإضافة إلى هذه الدراسات والأبحاث وجدت أيضا محاولة أشار فيه «حسن عماد مكاوي» و"ليلى حسين السيد» إلى إبراز النظريات الاجتماعية والنفسية في

دراسة الاتصال، حيث اهتما بالنظريات النقدية وكذلك النظريات الوظيفية(١٨). ويبدو أن تناول الباحثين لإسهام نظريات علم الاجتماع جاء في أكثر من موضوع وبطريقة مختصرة.

ويُستدل من تناول الدراسات السابقة على وجود إسهام ملحوظ للبنائية الوظيفية والنقدية معا في دراسة الاتصال الجماهيرى. وقد أشار أغلبية الباحثين إلى هذا الإسهام، وجاء التناول متوازنا. ونحن نؤيد هذا التوجه ونستمسك به في معالجة علاقة الاتصال الجماهيرى بعلم الاجتماع. فكما رفضنا من قبل استقلال هذا الميدان عن العلوم الاجتماعية حتى لا يقع ضحية توجه أيديولوجى معين، ويمكنه الاستفادة من العلوم الاجتماعية الأخرى، ندعو أيضا إلى ضرورة استفادة الدراسات الإعلامية من التوجهات النظرية كافة؛ إذ لا يمكن لنظرية بعينها معالجة المشاكل والظواهر التي تنشأ في المجتمع كافة. وقد أثبتت الدراسات الإعلامية أنها استفادت من هذا التنوع.

وقد برزت إسهامات عدد من علماء الاجتماع في دراسة علاقة الإنتاج الإعلامى بالمجتمع. فقد ركز جانز Gans على صناعة الأخبار الأمريكية وتوشمان Tuchman وشيدسون Schudson على التقارير الموضوعية في تاريخ صحافة أمريكا الشمالية. وجولدنج Colding وإليوت Elliott على أخبار التليفزيون في أربع دول. ودراسة تراكى Tracey وشلسينجر Schlesinger على أخبار التليفزيون البريطانى. واهتمت دراسة جونستون Johnstone بقيم التقارير الإخبارية واتجاهاتها. ويبدو أن معظم الدراسات ركزت على موضوع مهم يتمثل في أن الأخبار التي نشاهدها هى بمثابة شكل ثقافى معين لعملية جمع الأخبار ومعالجتها. وتعد ثقافة هذا العمل انعكاس موضوعى للواقع(١٩).

ولم تقتصر دراسة علماء الاجتماع على مضمون الرسالة الإعلامية، بل امتدت لتشمل تأثيراتها في الجمهور. فقد اهتم هوفلاند Hovland وجانز Jains بدراسة الإقناع في وسائل الإعلام، وقام كلمان Kelman بتحديد التأثير الاجتماعى لوسائل الإعلام، وهايمان Hyman بدراسة التأثيرات الوجدانية للرسالة الإعلامية وفرنش Frensh وريفر Raiver بدراسة ظاهرة تأثير الإعلام في الغرب، وتوصل العلماء إلى أن الإعلام لا يمارس تأثيراً على الأفراد فقط بل في المجتمع والثقافة معا، فضلا عن الاتجاهات التي بدأت تستخدم نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification

ويتبين لنا من تناول علاقة الاتصال الجماهيرى بعلم الاجتماع أن هناك علاقة وثيقة تربط بينهما، وتبرز هذه العلاقة في الدور الذي لعبته نظريات علم الاجتماع ولاسيما المعاصرة منها في الدراسات الإعلامية. وبالرغم من تعدد تقسيمات نظريات علم الاجتماع وتنوعها، نستطيع حصرها في اتجاهين رئيسيين هما : النظريات البنائية الوظيفية والنظريات النقدية. وقد اعتبرت الأولى الإعلام نسقا اجتماعياً تكمن وظيفته الأساسية في ربط أجزاء المجتمع وضمان استقراره، بينما اهتمت النظريات النقدية بتحليل وظائف وسائل الإعلام، وأثر سيطرة الصفوة عليها. وقد انبثقت عن هاتين النظريتين الكبيرتين اتجاهات نظرية فرعية :فانبثقت عن البنائية الوظيفية نظريات التفاعلية الرمزية والفينومينولوجيا وتحليل الثقافة. بينما تفرعت النظرية النقدية إلى ثلاث اتجاهات فكرية هى مدرسة فرانكفورت والماركسية المحدثة ونظريات إنييس وماكلوهان وسمايث النقدية. وفى الصفحات القادمة نحاول تناول هذه النظريات وموقفها من الاتصال الجماهيرى وقضاياه

ثانياً: النظريات البنائية الوظيفية ودراسة النسق الاتصالى:

تهتم البنائية الوظيفية بدراسة الإعلام باعتباره إدارة ذاتية هامة، وتصحح نفسها في إطار سياسة معينة وقواعد مؤسساتية. وتظهر خصوصيتها في موضوعيتها وتطبيقاتها العامة. أما عن الجانب السياسى في صياغتها، فهو يناسب مفاهيم التعددية وحرية الاختيار، ويناسب أيضا الأليات الأساسية للحياة الاجتماعية في الاتجاه المحافظ. والإعلام من وجهة نظر البنائية الوظيفية يقصد به الحفاظ على القيم السائدة، فضلا عن استخدامه كمصدر للتغيير الاجتماعى. وتعد المؤسسة الإعلامية من وجهة نظر البنائية الوظيفية إحدى المؤسسات التي تهتم بتفسير الاتجاهات وأنشطة المؤسسات في ضوء احتياجات المجتمع. ويفترض مسبقا أن «الاحتياجات» أساسا هى عملية مستمرة ومنظمة ومتكاملة وتتطلب دوافع وتوجيه وتكيف. وينظر إلى المجتمع باعتباره مجموعة من الأجزاء المرتبطة أو الأنساق الفرعية. ويشكل الإعلام أحد هذه الأجزاء. وتتطلب الحياة الاجتماعية للتنظيم استمرار المحافظة عليه وثبات واكتمال صورة أجزاء المجتمع[٢٠]. وتركز نظرية الأنساق عموما على الطبيعة التكاملية. وتكمن الوظيفة الأساسية للإعلام في ربط أجزاء المجتمع والتفاعل المجرد بين المرسلين والمستقبلين. ويستخدم التكامل بين أجزاء النسق بطريقة يعتمد فيها كل نسق على الآخر بهدف إحداث التكامل

الداخلي بين أعضاء المجتمع والقدرة على خلق استجابة لدى الأفراد، فضلا عن مسئوليته في عملية الضبط وتوجيه سلوك الأفراد(٢١).

ولقد بدأت إسهامات علماء الاجتماع الوظيفيين بمقالة عن «وسائل الإعلام وبناء المجتمع الأمريكي» وكتبت أساسا سنة ١٩٦٠ ونشرت في كتاب «بارسونز» البناء السياسي والاجتماعي سنة ١٩٦٩. وصنفت بعد ذلك ضمن تخصص علم اجتماع وسائل الإعلام SociologyofMassMedia ولاقت هذه المقالة اهتماما كبيراً عندما هاجم «سي. رايت ميلز C. wrightMills» بارسونز في تحليلاته للإعلام والثقافة في كتابه «صفوة القوة»، خاصة عندما قدم منظوراً مشابها سماه «المجتمع الجماهيري» MassSociety(٢٢).

واستمر اهتمام أصحاب الاتجاه الوظيفي بالإعلام ووسائله ؛إذ قدم كل من «ديفلير» Defleur وبول روكيتش Bol Rokeach وبارسونز و"وايت» تحليلا لدور الإعلام في المجتمع الأمريكي. فهم يفترضون أن هذا المجتمع توجد به ثلاثة أنساق هي: الاقتصادي والسياسي والإعلامي. وهدفوا من تحليلاتهم إلى تفنيد فكرة ازدياد الانحلال الثقافي الذي تعاني منه الولايات المتحدة نتيجة سيطرة الشركات الكبرى العاملة في صناعة الإعلام على الرأي العام ومحاربتها الأفكار النقدية. وقد ركزت تحليلاتهم على مجموعة من الأفكار تدعم جميعها فكرة أساسية تتمثل في أن الحرية التي يتميز بها المجتمع الأمريكي أفضل من القمع المتزايد الذي يدعو إليه منظرو المجتمع الجماهيري. ويؤسسون تحليلاتهم على أن المواطن الأمريكي في ظل النظام السياسي المتبع ربما يفاضل بين الأحزاب والسياسات أو بين الإنجازات السياسية التي تحققت بشأن تخفيض الضرائب والقيادات السياسية. وفي حالة النسق الإعلامي يفاضل جمهور وسائل الإعلام بين نوعية كبيرة من الوسائل والبرامج ومضامين مختلفة ومستويات متعددة فضلا عن مميزات الوسيلة في التزويد السريع للجمهور بالمعلومات(٢٣).

وبالرغم من أهمية تحليلات بارسونز وزملائه واجهت البنائية الوظيفية بعض الصعوبات في افتراضاتها النظرية، يتعلق بعضها بالجانب الثقافي والآخر بالسياسي. وتتمثل هذه الصعوبات في الارتباك الذي يحدثه مفهوم «وظيفة» Func-tion كمصطلح، فيمكن أن يستخدم بمعنى «غرض» Purpose أو «نتيجة» conse-quence أو «متطلب» Requirement أو «توقع» expectation، وترتبط معان أخرى بهذا المفهوم. وإذا طبقنا ذلك على وسائل الإعلام، نجد أن مصطلح «وظيفة الأخبار» يمكن أن تشير إلى ثلاثة أشياء منفصلة. فالإعلام يحاول إخبار الناس (غرض)،

ويتعلمون من خلال الوسيلة (نتيجة)، ويفترض أن الوسيلة تخبر الناس (متطلب أو توقع). وتوجد التباسات كثيرة محتملة، ولكن التباين في المعنى يعتمد عادة على وجهة النظر التي يتبناها الباحث، وسواء كان الأمر يتعلق بالمرسل أو المستقبل أو الملاحظ المحايد أو المشرع. وتظهر صعوبة أخرى هى أن الإعلام ليس وحده الذي يؤثر في السلوك ولكن توجد أيضا جماعات أو تنظيمات، ولذلك يصعب تمييز وظيفة الإعلام عن وظائف الأجهزة الأخرى المتمثلة في الحكومات والأحزاب والشركات[٢٤].

ولقد واجهت البنائية الوظيفية بعض صعوبات تتمثل في أن هناك فرصة ضعيفة لإثبات التأثير الطويل المدى للوسيلة، وربما يكون تأثيرها مفيداً أو ضارا، ولا نستطيع إثبات ذلك بواسطة نتائج البحوث الإمبيريقية. ونظرا لهذه الصعوبات التي واجهت كلاسيكى الوظيفية في افتراضاتهم النظرية، دعا مجموعة من علماء النفس الاجتماعى أمثال «هربرت بلومر» و«تشارلز كولى» وأصحاب الاتجاه الفينومينولوجى والاثنوميثودولوجى إلى ضرورة تكوين بناء فكرى يستطيع استكمال مهمة الاتجاهات الكلاسيكية. وعرفت اتجاهاتهم بما يسمى بالبدائل النظرية التي اهتمت بنقد الاتجاه الكمى والإحصائى، واتجهت نحو دراسة الحياة اليومية وعلاقات التفاعل بين الأفراد، وظهرت نظريات أخرى تهتم بكيفية بناء الأفراد لمعانيهم الذاتية ونمط استخدام وسائل الإعلام، وتأثيرها في حياة الفرد والمجتمع. وفى الصفحات القادمة نحاول تناول موقف هذه النظريات من الإعلام ووسائله ودوره في المجتمع.

١- التفاعلية الرمزية والسلوك الاتصالى:

يعتبر علماء التفاعلية الرمزية[٢٥] أول منظرى العلم الاجتماعى الذين وضعوا تساؤلات عن كيفية تعلم الثقافة واستخدامها، وقد تطورت نظريتهم في العشرينيات والثلاثينيات كرد فعل للنظرية النقدية في الاستجابة للمثيرات. وبالرغم من أن « جورج هربت ميد» - أحد مؤسسى هذه النظرية- صاغ أفكاره في الثلاثينيات، لكن ظلت التفاعلية الرمزية حتى السبعينيات والثمانينيات مستبعدة من أبحاث الاتصال الجماهيري، ويرجع ذلك إلى اعتماد «ميد» على تفسير التفاعل وتغاضيه عن الوسيلة. ومن الغرابة أيضا بطء المنظرين الإعلاميين في الاهتمام بهذه الأفكار.

وقد أعد «ميشيل سولمون Michael Solomon» ملخصا لعمل «ميد» وخاصة عن مدى أهميته في البحث الإعلامي ويتركز في :(٢٦)

١- يتم تعليم الرموز الثقافية من خلال التفاعل، وحينئذ تكون الوسيلة أداة تفاعل.

٢- تنطوي المعاني المشتركة للناس على وسائل ثقافية يتعلمها الأفراد، وبالتالي تكون قادرة على التنبؤ بسلوكيات الآخرين في هذه الثقافة.

٣- التأكيد على أهمية العوامل الاجتماعية في تشكيل الذات، حيث تتحدد إلى حد كبير من خلال التفاعل مع البيئة.

وتتضح أهمية التفاعلية الرمزية لدارسي الاتصال في كتاب «الاتصال والسلوك الاجتماعي: منظور التفاعلية الرمزية»، حيث قام بإعداده كل من «دون. ف. فالس» Don F. Faules و«دنيس سي. الكسندر» Dennis C. Alexander سنة ١٩٧٨. وفي هذا الكتاب أسسا تحليلاتهما على تعريف الاتصال باعتباره «سلوكا رمزيا ينتج بدرجات مختلفة لمعايير وقيم مشتركة بين المشاركين» وقدما ثلاثة افتراضات أساسية تنهض عليها أبحاث التفاعلية الرمزية والاتصال وهي(٢٧):

١- يعتمد فهم الناس للبيئة وإدراك ما يحتويها على الاتصال، وبمعنى آخر: إن ما نعرفه عن عالمنا هو نتيجة لخبراتنا الاتصالية السابقة إلى حد كبير في هذا العالم. وهذا يوافق فكرة «سولمون» عن التفاعل والرموز الثقافية. وقد ذكر كل من «فالس» و«الكسندر» أن الاتصال يسمح بنقل الأفكار المبهمة بدون خبرة شعورية. فالإعلام هو المصدر الأول للخبرة غير المباشرة. ولهذا السبب يبرز تأثيره في تركيب الواقع الاجتماعي.

٢- يقوم الاتصال بدور المرشد، ويأتي ذلك من خلال توجيه مفهومات الذات والدور والمواقف. وتعد هذه المفهومات نتاج خبراتنا في البيئة، لكن يكمن الاختلاف في استخدام الاتصال في مواضع مختلفة ترتبط بفهمنا لأنفسنا وللآخرين في هذه المواقف. وهذا يشابه النقطة التي أشار إليها «سولمون» عن تعلم الثقافة والتنبؤ بسلوك الآخرين.

٣- يتكون الاتصال من تفاعلات معقدة تتضمن الفعل والاعتماد المتبادل والتأثير المتعدد وعلاقات الأفراد وظروف الموقف. وقد أوضح كل

من «فالس» و«الكسندر» أن تذكرنا وفهمنا لعالمنا ومكاننا يتم من خلال التفاعل والتوحد مع رموز الإعلام.

وتبرز أهمية التفاعلية الرمزية أيضا في دراسة الاتصال من خلال اهتمامها بفكرة تبادل التفاعل الاجتماعى، واستخدام المعانى المشتركة كأساس للتفسير الفردى للعالم الموضوعى. فقد اقتنع «تشارلز كولى» بأن الناس لا يستطيع بعضهم الانتساب إلى بعض على أساس صفاتهم الموضوعية كما هى موجودة في الواقع، بل من خلال «الانطباعات» التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم. ووصف «كولى» هذه «الانطباعات» باسم «الأفكار الشخصية»؛ فنحن نكون «فكرة شخصية» عن كل شخص نعرفه. وبمعنى أشمل نكون «فكرة شخصية» أيضا عن الناس في قطاعات مختلفة إذا نظرنا إلى كل منها كجماعة. وكان «كولى» مقتنعا بأننا نشارك في التفاعل الاجتماعى مع الآخرين لأننا نستطيع تكوين «نظائر مماثلة» للأشخاص الحقيقين في عقولنا. ونحن نستخدم «الفكرة الشخصية التي نحللها عن كل منهم كقاعدة للتنبؤ بسلوكهم، كما أننا نستخدم أيضا هذه الانطباعات للتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدون مشابهين لهم. ويرى «كولى» أنه يجب أن تكون لدينا «فكرة شخصية» تفصيلية أيضا عن أنفسنا، وهو ما أطلق عليه «مرآة الذات»، حيث توجد مرآة اجتماعية نرى فيها الناس يقبلوننا أو يرفضوننا، وهكذا كانت نظرية البناء الاجتماعى عند «كولى» نوعا من «العضوية العقلية» التي ترى الجماعات والمجتمع الإنسانى كنظام من الأفكار الشخصية مضافة إليه فكرة شخصية عن النفس يولدها كل شخص كتركيبات داخلية وذاتية للمعانى[٢٨]. ويمكن القول إن إسهام روادالتفاعلية الرمزية في تطوير أبحاث الاتصال انطلق من المقولة التي أكد ها «ميد» أن الفرد والاتصال والمجتمع يتداخلون بدرجة غير عادية.

ويستدل مما سبق أن نظرية التفاعلية الرمزية تركز محور اهتمامها حول نقطة أساسية تتمثل في أن الاتصال هو شرط أساسى لحدوث التفاعل الاجتماعى. فاتصال الفرد بالآخرين هو الذي يحدد طريقة تفاعله معهم وكذلك فإنه يحدث نتيجة هذا التفاعل. ويعتبر الاتصال هو المصدر الأول للخبرة غير المباشرة، ويبرز دوره في توجيه الفرد وتعريفه بيئته، وإدراك مجتمعه. وقد برزت أهمية نظرية التفاعلية الرمزية في الوقت الراهن للباحثين الإعلاميين، خاصة بعد انتشار الوسائط المتعددة وتداخل وسائل الإعلام في تأدية وظائفها. الأمر الذي جعل

الباحثون يتناولون تأثير هذه الوسائل في عملية التفاعل الاجتماعى. وبرزت أسئلة عديدة: هل ساعدت التكنولوجيا المتقدمة في وسائل الإعلام على اندماج الفرد في المجتمع العالمى ؟ وما مدى تأثيرها في علاقة الفرد بأسرته وأصدقائه بل على تفكيره ؟ وما عوائق الاتصال ؟ وهل تتعلق بالحالة النفسية للمرسل أم بظروف المستقبل أم بالنسبة للرسالة ذاتها وماتحويها من معلومات ؟ أم بسبب ظروف الحياة اليومية التي يعيشها الفرد وما يحدث فيها من تغيرات باستمرار ؟ وكل هذه الأسئلة وغيرها فتحت الباب أمام منظور آخر يتكامل مع منظور التفاعلية الرمزية ولا يختلف معه، حيث يحاول منظروه فلسفة حياة الإنسان وتفسير معانى هذه الحياة بطريقة علمية.

٢- النظرية الفينومينولوجية وبناء المعانى:

توجد علاقة وثيقة بين تركيب اللغة والطريقة التي يستخدم الناس بها هذه اللغة لإثارة المعانى في داخلهم. وبدأ في منتصف القرن التاسع عشر إجراء دراسة متخصصة لمختلف اللغات المستخدمة، حتى يمكن فهم المبادئ العامة لكيفية نقل المعانى عن طريق الأصوات والكلمات ونظائر المفردات. وقد أدى ذلك إلى محاولات لإعادة تركيب اللغات القديمة، حيث حول علماء اللغات أبحاثهم إلى الماضى البعيد، وأجروا تحليلات استغرقت زمنا وجهدا طويلين للأشياء التي أطلقت عليها أسماء، ولقواعد ترتيب الكلمات في أقدم اللغات، وبهذه الطريقة تمكن علماء اللغات من إعادة تركيب بعض أجزاء أقدم لغة في العالم أو أم اللغات، والتى تفرعت منها اللغات المعروفة في العالم القديم(٢٩).

ويتألف علم اللغات أساسا من البحث المنظم لثلاث نواح للغة، مما يساعد على فهم كيفية استخدام الشعوب للاتصال ونقل المعانى. وأول ميادين البحث هو دراسة الأصوات Phonology وهى التي تستخدم لتركيب الكلمات، ويهتم الثانى بتركيب الجمل syntactics، حيث يستخدمها الإنسان لنقل معان أكثر مما تحمله معانى كل كلمة وحدها، وأخيرا يوجد ميدان دراسة المعانى في اللغة وتطور الدلالات عبر التاريخ الذي يهتم ببحث الارتباط بين الكلمات أو الرموز الأخرى وما تشير إليه من معان، أى مختلف نواحى الواقع التي تحل محلها هذه الكلمات(٣٠).

ولقد بدأت المناقشات العلمية المبكرة المنظمة عن التركيب الاجتماعى للواقع من خلال أفكار قدمها «الفريد شوتز» Alfred Schutz، فكان مفتونا بما لاحظه من غموض

واقع الحياة اليومية، ويتساءل كيف يكون إحساسنا بالعالم من حولنا بالدرجة التي نستطيع أن نقيم أفعال حياتنا اليومية ونرتبها، وللإجابة على هذا السؤال استخدم «شوتز» النظرية الاجتماعية التي تطورت في أوروبا وهى النظرية الفينومينولوجية(٣١). واعتمد على أفكارها. وقد اهتمت هذه النظرية باستخدام الشعور العام في الحصول على تفسيرات تهدف إلى التعرف على واقع الحياة اليومية(٣٢).

وتدعى الفلسفة الفينومينولوجية أن امكانياتها تكمن في فلسفة حياة الإنسان في العالم، والقدرة على تفسير معانى هذه الحياة العالمية بطريقة علمية صارمة. فالموضوعات التي تهتم بها هى شرح الأفعال الواعية وتفسيرها. وتدعو الفينومينولوجيا إلى البساطة في تعامل الإنسان مع الأحداث الطارئة، والبساطة في التفكير والتركيز في العمل الذي نقوم به. ويرى «الفريد شوتز» Aalfred Schutz أن الفينومينولوجيا هى علم النفس الاجتماعى للمعرفة يتم من خلالها تفسير حياة العالم، وهى محاولة لوصف كيف تظهر هذه المعرفة. وكانت أهم فكرة في نظرية المعرفة عند «شوتز» هى «التمثيل» أو «التصوير» Typification. ولذلك يعد التمثيل أمرا ضروريا من أجل تنظيم الأحداث والأفعال التي نصادفها في الحياة وتفسيرها. ويمكن أن يحدث التمثيل لسببين هما تعلم الإنسان من تاريخه، وأن الإنسان اجتماعى، والسببان متداخلان فالإنسان منا له أصدقاؤه ووالداه ومدرسوه. ولا يملك الفرد خبرة فردية خالصة، فخبراتنا أساسا هى خبرات اجتماعية، ولا يمكن تنحية أو تجنب صفة الاجتماعية عنها(٣٣).

ويرى المنظور السائد في الاتصال الجماهيرى أن الوسيلة تُعدّ المحور الرئيسى لتمثيل المعتقدات المشتركة، فضلا عن أنها مجرد عملية لنشر المعلومات، وهذا يناقض المنظور التحولى الذي يرى أن الوسيلة هى أداة لنقل المعلومات، وعادة ما يكون الغرض منها هو التحكم، بينما يوجد السخط على وسائل الإعلام، ويمثله نموذج التأثيرات المحددة الذي بدأ ينمو في السبعينيات والثمانينيات، ويتركز بوضوح في نظريات الاتصال. ومع التوجه الاجتماعى بدأ الاهتمام بهذا المنظور. وتمثل التفاعلية الرمزية إحدى النظريات التي تستخدم المنظور السابق، حيث تفترض أن خبراتنا عن الواقع تعد تركيبة اجتماعية، فكلما تعلمنا معانٍ جديدة من الرموز، زادت خبراتنا أكثر(٣٤).

ويفترض التركيب الاجتماعى للواقع أيضا أن الناس يستجيبون للمعانى عندما يستخدمون الرموز والاشارات، فهى التي تشكل المخزون الاجتماعى للمعرفة،

وبواسطتها تحدث التفاعلات بين الناس وبيئاتهم. وقد شملت نظرية «جوفمان» Goffman إطارا لكل من أصحاب نظرية التفاعلية الرمزية ونظرية التركيب الاجتماعي للواقع، حيث أثبت أن قدرتنا على الاختيار المستمر للأشكال المناسبة لتوجيه إدراكنا، قد تجعلنا نشعر بما اكتسبناه من خبرات(٣٥).

ولقد اهتم علماء الاجتماع بدراسة تركيب المعنى عند الإنسان، والعلاقة بين كل من اللغة والمعنى والواقع، وكان الهدف من ذلك هو تحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية. فالمعرفة موجودة على شكل مفاهيم، وهي تركيبات لها أسماء أو تصنيفات للمعاني التي يتذكرها الأشخاص، ويستطيع الشخص الحصول على معاني المفاهيم إما عن طريق الإتصال الحسي المباشر بالنواحي المختلفة للواقع أو من خلال التفاعل الرمزي بين الجماعات التي تستخدم اللغة. وتشكل رموز اللغة التي يستخدمها شعب معين عاملا هاما في تفسير سلوكه تجاه عالمه المادي والاجتماعي(٣٦).

وتخلص نظرية التركيب الاجتماعي للواقع إلى تأكيد أن خبراتنا عن هذا الواقع تنمو باستمرار، وتنقل إلى جمهور بواسطة السلطة أو الصفوة. ويناقض هذا القول بشدة كلا من نظرية المجتمع الجماهيري ومنظور التأثيرات المحددة، إذ تصور نظرية المجتمع الجماهيري الواقع المؤلم الذي يعيش فيه الناس وتسيطر عليه الديماجوجية، أما منظور التأثيرات المحددة فيركز على نقل الأفكار والمعلومات من مصادر مسيطرة إلى مستقبلين مجهولين. وتستخدم وسائل الإعلام في نظرية التركيب الاجتماعي للكشف عن جزء من نشاط الجمهور المفترض، إذ يستخدم أعضاء الجمهور الرموز الإعلامية للتعريف بالبيئة والأشياء الموجودة بها، ولكن تنعدم أهمية هذه الأنشطة لعدم مشاركة الآخرين فيها(٣٧).

ويُستدل مما سبق أن النظرية الفينومينولوجية قد حاولت استخدام وسائل الإعلام في تفسير واقع الحياة اليومية، حيث تهتم الفينومينولوجيا بدراسة المعاني والخبرات المشتركة بين الأفراد في المجتمعات بوصفها أساسا للحياة الاجتماعية، وتعتبر هذه النظرية هامة للباحثين الإعلاميين المعنيين بضرورة اندماج الرسالة الإعلامية في المجتمع، حيث تكمن الوظيفة الأساسية للإعلام في التعبير الموضوعي عن الواقع الاجتماعي، وبحث احتياجات الناس والتعبير عن قضاياهم ومصالحهم؛ لأنه يُعدّ جزءا من الواقع الاجتماعي، لكن ما نلاحظه وجود انفصال بين ما يقدم في وسائل الإعلام وحياة المواطنين.

٣- نظرية تحليل الثقافة ونمط استخدام الوسيلة:

يبدأ الأطفال توجيه انتباههم إلى مشاهدة التليفزيون وهم في عمر الثالثة. وقبل بداية التحاقهم بالمدرسة يكونون علاقات مع أقرانهم، ويتعلمون أسماء عديدة لشخصيات تليفزيونية، ويستمتعون ببرامج معينة. وفى بداية المرحلة الابتدائية يشاهدونه غالبا ما يقارب من ثلاث ساعات في اليوم، وفى عمر الثالثة عشرة يشاهدونه أربع ساعات، وبمرور السنوات وبعد نهاية الدراسة الثانوية - وهم في عمر المراهقة- يقضون معظم وقتهم وهم يشاهدون التليفزيون. فهم يفضلونه عن ممارسة أى نشاط باستثناء فترة النوم. وهذا يعنى أنهم معظم الوقت مع التليفزيون بالمقارنة مع اتصالهم بأصدقائهم. وأصبحت وسائل الإعلام المعاصرة تسيطر على كل اتصالات حياتنا اليومية، حيث تبدأ في تقديم المعلومات الحيوية للأطفال وهم في سن العاشرة، وتزودهم بمعلومات عن ثقافة جماعة الأصدقاء، وخاصة ما يتعلق بالجنس المقابل. وفى منتصف العمر يكون الناس أسراً ويتحولون إلى التليفزيون لأنه يعد وسيلة تسلية مناسبة. وفى عمر الشيخوخة تقل معدلات التحركات الفيزيقية للناس، فيلجؤون إلى التليفزيون ليقدم لهم النصيحـة والتسليـة(٣٨).

ونظرا لزيادة أهمية وسائل الاتصال الجماهيرى في الوقت الراهن أصبحت عاملا أساسيا في تشكيل واقع الحياة اليومية التي يعيشها الناس. وقد بدأ الحديث عن استخدام وسائل الإعلام كنظم ثقافية منذ أن أشار «جمس كارى» (James Carey) ١٩٧٥ عن أهمية نقل الثقافة في كتابة Geertz`s the Interpretation of cultures وقد أكد هذا الكتاب على تداخل العلوم الاجتماعية. وأصبح بعد ذلك مرجعا كلاسيكيا للباحثين في مجال الاتصال، وكان بمثابة حجر زاوية ساهم في تحول بحوث الاتصال إلى الجانب التفسيرى. وقد استخدم نظام الرموز في تأدية الرسالة، وتميزه بأنه قوة مؤسساتية يستطيع تحريك الدوافع وتشكيل الاتجاهات، ولديه القدرة أيضا على صياغة المفاهيم للنظام القائم، وأخيرا لديه قدرة غير عادية في تحفيز المواطنين(٣٩).

ولقد أصبحت وسائل الإعلام هى الأولى التي تمدنا بكثير من الخبرات أو نتعلم منها كثيرا من مظاهر الحياة من حولنا. ومع تقدم وسائل الإعلام، اختفت كثير من أشكال الثقافة الشعبية، حيث اختفت القصة المروية والموسيقى المؤداة باختفاء الأسر الممتدة، وحلت محلها الأسر النواة التي تتجمع أمام وسائل الإعلام المعاصرة. وترى نظرية المجتمع الجماهيرى أن هذه التغيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام في حياتنا

سوف تنذر بالخطر، لأن ثقافة هذه الوسائل تفترض بأننا يجب أن نكون تابعين لثقافة الصفوة. وبينما تنتشر الثقافة الجماهيرية، يخشى المنظرون من تأثيراتها في تقويض النظام الاجتماعى وإحداث خواء، وتدمير حياة الناس. وظهرت هذه الخطورة عندما احتكر النظام الاجتماعى في الثلاثينات جميع موارد الدولة، وعلى سبيل المثال كانت تستخدم الوسيلة في المجتمعات الشيوعية والفاشية لنشر الجديد، وتبحث عن أشكال ثقافة الاحتكار، ولكن أصبحت الوسيلة مؤخرا هى المسؤولة عن عمليات الإبداع والترفيه. وخلال الستينيات انتهت أهمية نظرية المجتمع الجماهيرى. وفى الولايات المتحدة تبنت معظم الأبحاث الاجتماعية منظور التأثيرات المحدودة لأن الإعلام نادرا ما يكون المنتج منه له دلالة لإحداث تغيير في تفكير الأفراد وأفعالهم على المدى الطويل. وأصبح الإعلام الأمريكى له فاعلية قوية في الترويج للرأسمالية والفردية والمشروعات الحرة. ويرى بعض النقاد أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة مثل الكمبيوتر الشخصى تتجه أساسا نحو الفردية واقتصاديات السوق بالمقارنة بالجمعية وسيطرة الدولة. ولذلك يبدو أن دور الإعلام في الثقافة قد اكتمل(٤٠).

وإذا حاولنا أن نعرف وضع وسائل الإعلام العربية تجاه الثقافة نجد أن هناك تباينا في الآراء إذ ذهبت بعضها إلى تأكيد العامل الإيجابى الذي لعبته في نشر المعلومات وزيادة الاتصال والتواصل بين الشعوب والتصدى لعمليات الغزو الثقافى التي تمارسها الدول المعادية. أما الرأى الآخر فيذهب إلى القول بأن وسائل الإعلام ساعدت على نشر الثقافة المبتذلة، وتقدم مواد إعلامية تافهة وسطحية تعتمد على الإثارة والتشويق بدلاً من التعمق والتفكير، كما ساعدت على نقل الثقافات الغربية المبتذلة التي تركزت على الجنس والعنف. ويرى الباحث أن وسائل الإعلام العربية معنية بوظائف عديدة منها حماية الهوية الثقافية العربية والإسلامية وغرس الولاء والانتماء لدى الشعوب وزيادة التقارب بينها. وتستطيع وسائل الإعلام تحقيق هذه المهام وغيرها بفضل تأثيراتها المتعددة وإمكانياتها الهائلة.

وبالرغم من انتهاء نظرية المجتمع الجماهيرى، لكنها تركت بالتأكيد آثارها على أبحاث التأثيرات. ومع نهاية الحرب الباردة برزت تساؤلات عن دور وسائل الإعلام في الثقافة، ونما عدد من الأفكار الجديدة، وجددت النظريات القديمة نشاطها، ويكشف بعضها عن دور الإعلام في إعادة تشكيل نمط الحياة اليومية بالنسبة للموضوعات الهامة والأساليب الحديثة. وتصف الأبحاث هذه التغيرات وتحاول

إقناعنا بها. ويهتم الباحثون بما تقدمه وسائل الإعلام للمستهلكين. ويستخدم مصطلح «تحليل الثقافة Culture Analysis» ليشير إلى هذه النوعية من الأفكــار(٤١).

وقد اهتمت دراسات الاعلام بتحليل أنماط الثقافات ؛ إذ قام كل من مولتوش Molotch وليستر Lesterبدراسة الأخبار باعتبارها سلوك مقصود. وأعد «تيشمان» Tuchmanدراسة على المؤسسات الصحفية. وأجرى «لايول» Lull دراسة عن الاستخدامات الاجتماعية للتلفزيون، وتساءل فيها عن دور الإعلام وخصوصا التلفزيون، في حياة المجتمع، حيث تستخدمه الأسر وتتفاعل معه بطريقة اعتيادية. وقد هدف «لايول» من دراسته التعرف على أنماط التفاعل والاتصال القائمة في حياة الإنسان الطبيعية بالمنزل(٤٢). وبالإضافة إلى هذه الدراسات الغربية برزت في الوطن العربى أيضا عدة دراسات اهتمت جميعها بدور الإعلام وخاصة القنوات الفضائية في خدمة الثقافة العربية الإسلامية. واهتمت دراسة زكى الجابر بالمضمون الثقافى والإعلامى في القنوات العربية، وكذلك دراسة محمد طلال عن الثقافة الموجهة للأطفال والشباب في القنوات العربية، وغيرها من الدراسات الأخرى التي تهتم بدور الإعلام في تشكيل ثقافة الحياة اليومية(٤٣).

وتتجه نظرية تحليل الثقافة إلى دراسة الوحدات الصغرى Microscopic وتركز على نمط استخدام الناس للوسيلة، وجعلهم يحسون بأنفسهم والعالم من حولهم، والكشف عن النتائج المترتبة على استخدام وسائل الإعلام في حياتنا اليومية. وتتجاهل هذه النظريات تأثير السياسة الاجتماعية. وتتجه في دراستها نحو الاهتمام بالجوانب غير النقدية. وتُعدّ نظرية تحليل الثقافة اقل اهتماما بنتائج تأثير المدى الطويل للإعلام، ولكنهاأكثر اهتماما بالبحث عن تأثير الإعلام في حياة الفرد. ويطلق على هذه النظريات بالمستوى «المايكرو» لأنها تؤكد قضايا خاصة بالنظام الاجتماعى تتضمن تساؤلات عن الحياة اليومية للناس. ويفهم باحثو الثقافة المايكروسكوبية العالم الاجتماعى بأنه مكان ساحر لا نهاية له. ويَرَوْن أن خبراتنا في الحياة اليومية هى بمثابة بناء غير طبيعى يحافظ على وجوده بالصدفة، ويحاولون تأكيد دور وسائل الإعلام في توحيد الناس خلال حياتهم اليومية بطريقة متواترة ودون وجـود تمزقــات(٤٤).

وهكذا نجد أن نظرية تحليل الثقافة قد أكدت دور الإعلام في تشكيل الثقافة، وذلك بمالها من تأثير في تشكيل الواقع الاجتماعى وتغييره. وقد اشتركت

المنظورات التحليلية للثقافة والمنظورات النقدية في تطوير أساليب جديدة لكشف تأثير الإعلام في الثقافة وتنمية هذه الأساليب، وعملتا على تطوير بناء نظرى متكامل، وأكدتا أهمية الإعلام في تشكيل وجهات نظر الناس عن أنفسهم وبيئاتهم الاجتماعية. وكلتاهما تفترضان أن الإعلام أصبح الوسيلة الأساسية التي تعلم الناس وتجعلهم يشتركون في ثقافة عريضة. وأثبتتا أن الإعلام يمارس تأثيرا فعالا في النظم الاجتماعية المعاصرة.

وبعد تناول موقف نظريات البنائية الوظيفية من دراسة النسق الاتصالى، نستطيع القول أنه بالرغم من الإسهامات الواضحة لهذه النظريات في إبراز أهمية الاتصال وعملياته في المجتمع، لكن تبرز أوجه قصور في تطبيق افتراضاتها النظرية. وعلى سبيل المثال، عدّت البنائية الوظيفية «الإعلام إدارة ذاتية، ويقصد به الحفاظ على القيم السائدة ...». فهذه مقولة صحيحة، لكن ما يحدث في أرض الواقع شيء مختلف، فبالرغم من استقلال الإعلام في بعض الدول عن الحكومات، لكنه لم يستقل عن هيمنة بعض الأفراد والشركات. أما بالنسبة «للحفاظ على القيم» ، فهذه أفكار ليس لها وجود سواء في المجتمعات الليبرالية أو المحافظة. ولقد اهتمت «التفاعلية الرمزية» بدارسة الاتصال من خلال التركيز على أهميته في التفاعل الاجتماعى، لكن ما نلاحظه أن وسائل الإعلام تسعى إلى تعميم روح الفردية والانعزالية وزيادة حالات الاغتراب بين أفراد المجتمع بدلا من غرس روح الانتماء وإبراز القيم الجماعية. وقد زعم الفينومينولوجيون «أن نظريتهم تعتبر الوسيلة هى المحور الرئيسى لتمثيل المعتقدات المشتركة، فضلاً عن أنها معنية بالتعبير الموضوعى عن احتياجات الناس وقضاياهم، إلا أن الواقع يؤكد غير ذلك، فوسائل الإعلام معنية بطريقة أساسية بالحفاظ على وضع الأنظمة الحاكمة – خصوصاً في مجتمعاتنا العربية – حتى وإن كان ذلك على حساب مصلحة الجماهير. وأخيراً اهتمت نظرية «تحليل الثقافة» بالتركيز على نمط استخدام الناس لوسائل الإعلام في حياتهم اليومية. ويبرز الواقع أن هناك فرصة ضعيفة لاثبات التأثير طويل المدى للوسيلة، وربما يكون تأثيرها مفيداً أو ضارا، ولا نستطيع إثبات ذلك حتى بواسطة البحوث الأمبريقية.

ونخلص مما سبق إلى أنه بالرغم من الإسهامات الواضحة لنظريات البنائية الوظيفية في دراسة الاتصال الجماهيرى، إلا أنها تعانى من أوجه قصور على مستوى التنظير وعلى مستوى الواقع. وقد برز ذلك في الانتقادات العديدة التي وجهت إلى

منظريها بشأن المفاهيم المتداولة والقضايا التي تناقشها والأسس التي ترتكز عليها فضلا عن تجاهلهم لوسائل الإعلام وتركيزهم فقط على ما تحدثه من تأثير فقط. وبرز أيضاً في التباين الواضح بين هذه الافتراضات النظرية والواقع الفعلي.

ثالثاً: النظريات النقدية ودراسة الاتصال الجماهيري:

تفترض النظريات النقدية أن البحوث الاجتماعية ينبغي أن تركز على مجموعة من القيم مثل الأهداف المثالية، ويكون هدفها ارشاديا وتسعى إلى تغيير الأوضاع الاجتماعية، وغالبا ما تهتم النظريات النقدية بفحص مشكلات اجتماعية محددة، مع تحديد مصادرها، ثم التوصية بحلولها. وينتمي معظم أصحاب هذه النظرية إلى حركات اجتماعية يكمن هدفها الأساسي في محاولة إخراج الافتراضات النظرية إلى حيز التنفيذ. وأحيانا تقوم بتحليل مؤسسات اجتماعية محددة. ولقد أصبحت وسائل الإعلام والوسائل الثقافية مجال اهتمام هذه النظريات. وعلى سبيل المثال، اهتمت النظرية النقدية بعلاقة الإنتاج الإعلامي بالمشكلات الاجتماعية. وقد تبنت دراسات الثقافة النقدية منظورا شاملا في دراسة الوحدات الكبرى، حيث تهتم بالنظام الاجتماعي ككل. وتركز على استخدام الصفوة للإعلام، وكشف نتائج استخدامهم له، وتأثير ذلك في المحافظة على قوتهم. ويتميز الباحثون الذين ينتمون إلى دراسات الثقافة النقدية بأن لهم نشاطا سياسيا، ويبذلون جهدا في تشكيل السياسة الاجتماعية. ويرجع ذلك إلى انتمائهم إلى بيئاتهم الاجتماعية، باعتبارهم قادة ينتمون إلى حركات اجتماعية قائمة. وعلاوة على ذلك يفسرون القيم المستخدمة في تقييم الوضع الراهن(٤٥).

وقد ركزت النظرية النقدية الإعلامية والنظرية النقدية الثقافية على قضايا القوة والصراع والتغيير. وتبدو هذه المنظورات عند كل من «جرامشي» و"التوسير» و"وبولنتزاس» Poulantzas وأدورنو وهوركهايمر ومنظورات الدراسات الثقافية ممثلة في فكر كل من «ريموند ويليامز Raymand willams وهيرمان Herman وتشومسكي Chom-sky، حيث اهتموا جميعا بمفاهيم الثقافة وأمبريالية الإعلام والعولمة. ويعتبرون الإعلام قوة موجهة يهدف في النهاية إلى فهم الواقع الاجتماعي(٤٦).

وترجع الأصول الفلسفية للنظرية النقدية إلى الماركسية الكلاسيكية. فبالرغم من أن ماركس نفسه لم يعرف الإعلام قبل أن يبرز التأثير المعاصر لوسائل الإعلام،

فمن الممكن أن نحلل الوسائل المعاصرة طبقا لأفكاره. إن الإعلام يعنى وسائل إنتاج والتكيف مع نمط عام لشكل الصناعة الرأسمالية وظروف الإنتاج وعلاقاته. ومن المرجح أن يشكل احتكار الطبقة الرأسمالية لوسائل الإنتاج عاملا أساسيا في الترويج لأفكارها والتعبير عن مصالحها. وتحاول أيديولوجياً نشر أفكارها والتقليل من شأن الأفكار التي تدعو إلى التغيير أو تنمية وعى الطبقة العاملة، ومنع عمليات تعبئة مثل هذا الوعى في إطار أحزاب أو أنشطة سياسية معارضة(٤٧).

وعلى الرغم من أن أصحاب النظريات الإعلامية المعاصرة طالبوا بإصلاح النظام الاجتماعى، إلا أن الفضل في ذلك يرجع إلى ماركس، حيث كان المحرك الأول الذي نادى بخلق مجتمع جديد، مجتمع تلغى فيه الطبقات، وينهض فيه العمال ضد أصحاب رؤوس الاموال، ويطالبون بوضع نهاية للسخرة، ويتحدون معا لخلق مجتمع ديمقراطى عادل. وقد اعتقد ماركس أن الحكام سيطروا على المجتمع من خلال هيمنتهم على وسائل الإنتاج. وظل الحكام في موقع القوة من خلال سيطرتهم على «الثقافة» أو «التركيبة الاجتماعية»، ونظر إلى الثقافة باعتبارها شيء يمارسه الحكام ليضللوا الطبقات العاملة حتى يعملوا ضد مصالحهم أنفسهم. وأوضح ماركس أن الأمل الوحيد في التغيير الاجتماعى هو قيام ثورة تتحكم فيها الشعوب، وتبسط سيطرتها على مقاليد الأمور ممثلة في وسائل الإنتاج والتركيب الاجتماعى والأيديولوجى. ووجد ماركس أن ترتيب التركيب الاجتماعى وإصلاحه قد يؤدى إلى ثورة اجتماعية بطريقة تدريجية(٤٨).

وللنظريات النقدية مصدر مختلف آخر، وهو النقد الإنسانى للنصوص الأدبية والدينية، وقد تخصص الإنسانيون في تحليل النصوص المكتوبة منذ عصر النهضة. وكان هناك هدف موضوعى وراء ذلك هو تحقيق هذه النصوص ذات القيمة الثقافية العظيمة وترجمتها حتى يتسنى للآخرين فهمها وتقييمها. وكانت هذه النصوص بمثابة قوة حضارية في المجتمع. واستخدم النقد لتدعيم هذه القوة. وقد حاول أصحاب «الحركة الإنسانية» العمل على تحقيق مبادئ النظرية اللاهوتية وحفظها، وركزوا على التوراة وكتابات علماء اللاهوت، واهتموا أيضا بالأعمال الأدبية الدنيوية، وحرصوا على تحقيق مجموعة من الحقائق الفنية الثقافية التي تضم الموسيقى والرسم والأدب والشعر. وبتحقيق هذه النصوص وتوضيحها، حاول «الانسانيون»- أصحاب الاتجاه الإنساني- جعلها أكثر يسراً لمزيد من الناس، وكان هدفهم هو الحفاظ على المستوى

الثقافى والعمل على تدعيمه ورفعه؛ وذلك لنشر التحضر بين الناس. وبمضى السنين ظهرت طرق عديدة مختلفة من التحليل الأدبى تهتم بتحليل النصوص المكتوبة مثل تحليل المحتوى الإعلامى(٤٩).

ويتضح من عرض الأسس النظرية التي انطلقت منها النظرية النقدية أن الماركسية الكلاسيكية وأصحاب الاتجاه الإنسانى في دراسة الأدب قد أسهما بطريقة فعالة في تأسيس هذه النظرية، حيث تفرعت منها مدارس نقدية عديدة، نحاول إلقاء الضوء على مدرسة فرانكفورت ونظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام وأخيرا نظريات «انييس» و«مارشال ماكلوهان» و«سمايث».

١- مدرسة فرانكفورت والدراسات الثقافية النقدية:

ينتمى عمل مدرسة فرانكفورت(٥٠) إلى الاتجاهات الماركسية؛ لأنها تهتم إلى حد كبير بالتاريخ، لكنها تركت ميراثا ثقافيا هاما لا يمكن تجاهله. ويمكن أن نطلق على هؤلاء المنظرين النقديين، «أصحاب المنظور الثقافي»؛ إذ بدأوا أعمالهم في ألمانيا الغربية، ثم تشتتوا مع قدوم النازية، وذهبوا بصفة رئيسية إلى الولايات المتحدة. وركزوا اهتمامهم على الفشل الواضح لثورة التغيير الاجتماعى التي تنبأ بها ماركس، وأرجعوا هذا الفشل إلى البنية الفوقية -وخصوصا وسائل الإعلام- وتجاهل العمليات التاريخية للتغيير الاقتصادى. وتؤكد هذه النظرية أن السيطرة الاقتصادية الأيديولوجية الطبقية تأتى مشروطة بالأساس الاقتصادى من خلال عمليات استمالة الطبقة العاملة وتدميرها. وتؤكد النظرية النقدية أيضا اعتماد الشخص والطبقة على التصورات التي تطبعها وسائل الإعلام في أذهانهم. وقد أعطى «ماركيوز» مسمى «البعد الواحدone dimentional » للمجتمع الذي توجد فيه ثقافة من صنع محترفى السياسة والرأى العام(٥١).

وقد رأى «ماركيوز» المجتمع الصناعى عالما تسوده الكلية الاستبدادية لأن لديه القدرة على القضاء على أى محاولة لمعارضته ونفيه، وتجميع القوى الاجتماعية التي يمكن أن تعارضه وتذويبها، فضلا عن القضاء على استثمار جميع طاقات الإنسان الجسدية والروحية وجميع القوى الاجتماعية للذود عنه وحمايته. ويرى «ماركيوز» أن وسائل تزييف الوعى في المجتمعات الصناعية المتقدمة قد تعاظم خطرها في الآونة الأخيرة، وذلك بفعل التكنولوجيا، حيث تلعب الآلة دوراً سياسيا بارزاً في هذه المجتمعات. فبعد أن كان مطلب الطبقات الكادحة هو السعى

نحو التغيير ورفض النظام، أصبح مطلبهم الأساسي هو تسيير المشاريع لا تغيير النظام. وتلعب ثقافة المجتمع التكنولوجى دوراً هاماً في أحادية تفكير الإنسان ؛ فمن خلال القدرة الهائلة لتكنولوجيا الاتصال الجماهيرى، أصبحت لديها القدرة على التخفيف من حدوث التناقض بين الواقع الثقافى والواقع الاجتماعى من خلال دمج قيم الأول بالثانى وإعادة توزيعها على نطاق تجارى واسع. وأيضاً في مجال اللغة نجد لغة أحادية الجانب تستبعد من تراكيبها ومفرداتها كل الأفكار والمفاهيم النقدية، فهي لغة سلوكية، بلا تاريخ وبلا أبعاد[٥٢].

ويبدو أن تزييف الوعى الذي تمارسه وسائل الإعلام لا يقتصر على المجتمعات الرأسمالية التي تحدث عنها «ماركيوز» . فإذا نظرنا إلى واقع مجتمعاتنا العربية، نجد أساليب متعددة ومتنوعة لعمليات التزييف تمارسها الحكومات من خلال تبعية الأجهزة الإعلامية لسلطتها، وتمارسها الشركات المتعددة الجنسيات من خلال فرض نمط إعلامى معين. وتبرز عمليات التزييف في التضليل الإعلامى الذي أصبح سمة أساسية في إعلامنا العربى. ولا يقتصر التضليل على قلب الحقائق أو إخضاعها، بل وبتقديم الحقيقة مبتورة أو مشوهة. وتتعدد أشكال عمليات التضليل التي تمارسها وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت صحافة أو إذاعة أو تليفزيون، وتوجد دراسات عديدة في هذا الصدد توضح دور وسائل الإعلام في تزييف الوعى والأساليب التي تستخدمها.

ويبدو إسهام أعضاء مدرسة فرانكفورت في دراسة الاتصال الجماهيرى من خلال اهتمامهم بنقد وسائل الإعلام التي تحاول إعادة إنتاج الفن العظيم القديم مثل طبع الروايات العظيمة في أشكال ملخصة أو مسلسلة. ويرون أن مثل هذه العمليات صرفت الناس عن البحث وشراء المصادر الحقيقية للثقافة العالمية، وعندما أجبر أعضاء هذه المدرسة على الخروج من ألمانيا خلال الحرب النازية، توجهوا إلى الولايات المتحدة وكرسوا جهدهم للتحليل النقدى للثقافة النازية، والطريقة التي قوضت الثقافة العالمية وأضلتها. ومن وجهة نظرهم أن الثقافة النازية قد اختلطت وطحنت بثقافة مصطنعة مزيفة، قام بخلقها وممارستها هتلر وإعلاميوه. وكان «ادورنو» واحدا من الأعضاء القلائل لمدرسة فرانكفورت الذين شاركوا الباحثين الأمريكيين. وشملت اتصالاته الأمريكية المبكرة «بول لازارسفيلد» الذي اقنع مؤسسة الإعلام في كولومبيا بتمويل بعض أبحاث «ادورنو». وتميز عمله بالأسلوب

الجدلى، فكتب نقدا لاذعا لبرامج الراديو الأمريكى. وقام بقيادة فريق بحث لدراسة اتجاهات المواطنين نحو النظام الحاكم ومدى احتمال انتشار النازية. وبالرغم من أن هذا البحث كان مبدعا وطموحا، واجه كثيرا من المشكلات النظرية والمنهجية خاصة في تطوير المصطلحات لقياس الاتجاهات(٥٣).

وفى نقده للنظام الرأسمالى يرى «أدورنو» أن هذا النظام مازال يولد شعوراً بعدم الأمان الاقتصادى، وأى نسق اجتماعى يستبعد القدرات الإنسانية الأساسية يخلق شعوراً بعدم الأمان، والشعور بأننا نملك قوة لا يمكننا استخدامها هو شعور مدمر؛ لذا فقد هيئت الثقافة العامة لإنتاج شعور بديل هو في حقيقته شعور زائف بالأمان والاستقرار. وهو شعور فعال رغم زيفه، ويتم خلق ذلك الشعور الزائف بتوحيد المواصفات القياسية لمنتجات الثقافة، حيث تحاول وسائل الثقافة الشعبية – من التمثيليات التليفزيونية العاطفية إلى أغانى الشباب المتداولة إلى النشاطات الرياضية – كل بطريقتها التركيز على بث الاطمئنان. وتبدو على هذه المنتجات المتشابه (النمطية) مسحة فردية زائفة. وعلى هذه الشاكلة يمكننا أن نتجادل دون جدوى عن أى الأغانى الشعبية أفضل، أو عن أحسن فريق كرة القدم، بمعنى أن نتجادل ونختلف عن فروقات مصطنعة دون أن نعلم أننا نكتسب إحساسا زائفا بالأمان بفعل التشابه الكامن بين هذه الأشياء(٥٤).

وقد اشتركا «أدورنو» و«هوركهايمر» في أحد الأعمال التي تعتبر إسهاماً عظيما في مجال الإعلام عنوانه «الاتصال والثقافة والسيطرة» حيث ركزا على عقد مقارنة بين الثقافة والدولة النازية في الأربعينات والثقافة، والاقتصاد الضخم في الولايات المتحدة الأمريكية في العصر الراهن. وقد أدركا أن هناك تشابها ملحوظا بين النظامين. وبرز هذا التشابه ليس على مستوى التسلط العسكرى فقط، بل برز أيضا موقفهما من أى تفكير مستقل ومقاومتهما له من خلال الإعلان والثقافة الجماهيرية، وذكرا في تحليلهما أن هذا التوجه يقضى على أى تفكير نقدى(٥٥).

ولقد تميز أعضاء مدرسة فرانكفورت بمنظور فريد في البحث الاجتماعى، فقد رأى «هابيرماس» أن الأسس المعيارية للنظرية الاجتماعية النقدية يمكن أن توجد في الفهم الصحيح للفعل الاتصالى. إذ يرى أن كل فعل اتصالى يحمل معه مبررات شرعيته. وقد قام هابيرماس بتحليل عمليةالاتصال ذاتها مساهمة مباشرة منه للنظرية الاجتماعية النقدية في مجال الإعلام(٥٦). وقد عرفت نظريته باسم

«الفعل الاتصالى the Theory of Communication Action وتتلخص هذه النظرية في أن الفعل الاتصالى هو ما يجب أن نفعله ؛ إذ يجب أن ندرك ما نفعله نحن كأفراد، ويتم ذلك طبقا لاهتمامات اتصالية مجتمعية. ويتميز الفعل الاتصالى عن أشكال الأفعال الأخرى ذات الاهتمامات الذاتية، إذ يهدف إلى العقلانية(٥٧).

وبالإضافة إلى اهتمام «هابيرماس» بالفعل الاتصالى، فقد أشار إلى مفهوم المجال العام Public sPhere الذي يهتم بتقييم الشؤون المعاصرة والسياسة العامة. وقد ركز هابيرماس في تحليلاته على قوة تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأى العام ؛ إذ يعد الرأى العام من أكثر القضايا التي تشغل الحكومات. وأشار أيضا إلى أن الدعاية والإعلان أصبحت سلعاً تستغلها الحكومات والشركات في حماية مصالحها وتحسين صورتها(٥٨).

ويستدل من تحليل أعضاء مدرسة فرانكفورت في الإعلام أنهم نظروا إليه من منظور أيديولوجى، حيث تأثروا بالماركسية في تحليلاتهم. وقد برز التباين الأيديولوجى بين نظريتى تحليل الثقافة والدراسات الثقافية النقدية واضحاً؛ فقد اتجهت الأولى إلى دراسة الوحدات الصغرى Micro بينما اهتمت الثانية بدراسة الوحدات الكبرى Macro، وتركز نظرية تحليل الثقافة على نمط استخدام الناس للوسيلة وجعلهم يحسون بأنفسهم والعالم من حولهم، والكشف عن النتائج المترتبة على استخدام وسائل الإعلام في كلٍ حياتنا اليومية وعلى جانب آخر تتبنى الدراسات الثقافية النقدية منظوراً شاملاً في دراسة الوحدات الكبرى، فهى تهتم بدراسة النظام الاجتماعى ككل، وتبحث في نتائج استخدام الصفوة للإعلام. وواضح من أعمال منظرى مدرسة فرانكفورت في الإعلام أن هناك تغير ملحوظ في آرائهم بشأن أهمية الإعلام ووسائله. وعلى سبيل المثال أكد هابيرماس على أهمية الإعلام في تشكيل الاتجاهات، باعتباره يلعب دوراً محورياً في عملية التحول من النظم الاستبدادية إلى النظم الديمقراطية الحرة. ويعتبر هابيرماس الإعلام أداة نقدية للرأى العام، فهو بمثابة سمة أساسية للديمقراطية المعاصرة. وفضلاً عن ذلك برزت إسهامات هربرت ماركيوز عن دور الإعلام في تشكيل إنسان أحادى البعد، وكذلك أدورنو وهوركهايمر عن الاتصال والسيطرة الثقافية، باعتبار أن الإعلام يمثل عاملاً أساسيا في صناعة الثقافة وتوجيهها.

٢- الماركسية المحدثة ونظرية الاقتصاد السياسي في الإعلام.

تنطلق الماركسية المحدثة من الإطار التصوري والمنهجي للماركسية الكلاسيكية. وتأتي حداثتها من أنها تعيد قراءة الماركسية، فتحاول إظهار مسار عمل القوانين النوعية للتطور الاجتماعي، ومن خلال المعطيات التي يفرزها الواقع الاجتماعي المتغير. ويتميز موقفها بالأسلوب النقدي والراديكالي. وقدم مؤسسوها «جرامشي» و«لوسيان جولدمان» و«فرانز فانون»- معطيات وحقائق، لكنها لم تخرج عن الإطار المعرفي والايديولوجي للنظرية الماركسية الكلاسيكية(٥٩). وقد قسمت الماركسية المحدثة إلى مدارس هامة ومتعددة وتعد الدراسات الثقافية البريطانية ونظرية الاقتصاد السياسي أهم هذه المدارس. إذ حاولت الأولى- الدراسات الثقافية البريطانية- ربط النظرية الماركسية بأفكار ومناهج بحث ناتجة عن مصادر متنوعة تضم النقد الأدبي واللغويات والأنثروبولوجيا والتاريخ. وحاولت هذه النظرية أن تتبع أثر سيطرة الحكام التاريخية على الثقافة ومحاولة اقتفاء أثرهم، ونقد الآثار الاجتماعية لهذه السيطرة. وركزت أيضا على دراسة ثقافة جماعات الأقلية(٦٠).

لقد بدأت إسهامات «جرامشي» في الدراسات الإعلامية عندما رفض مفهوم المادية الاقتصادية للماركسية، وتقديمه منظورا إنسانيا لها يركز على ذاتية الإنسان. وقد ارتبط إسهامه أساسا بتطويره لمفهوم السيطرة، حيث كان يسعى إلى إعادة تحديد طبيعة القوة في المجتمعات الصناعية، والتوصل إلى معرفة المستويات المختلفة للوعي السياسي والثقافي. ويرى «جرامشي» أن مصادر القوة في المجتمع تتركز في يد عملاء الصحف والرأي العام. ويذكر «بولنتاز» Poulantzas أن السيطرة عند جرامشي تمثل سيطرة إحدى الكتل الاجتماعية على مر التاريخ، أو طبقة فوق الأخرى. ووفقا «لجرامشي» توجد طبقة مسيطرة عادة في كل مجتمع تحاول كبح كل تفكير وسلوك نقدي ظاهر حتى لا يتعارض مع مصالحها. وبالإضافة إلى هذه الطبقة المسيطرة توجد طبقات تابعة (هامشية) تحاول دائما إثبات وجودها وشرعيتها. ولذلك يستمر الصراع بين الأيديولوجيتين في محاولة لفرض ثقافة معينة. والسيطرة عند «جرامشي» لا تعني ببساطة فرض شيء معين فقط، ولكن تظهر في نجاح طبقة معينة في إقناع الطبقات الهامشية بقبول الثقافة المسيطرة، وفي الوقت نفسه تتشربها وتتبناها، حتى يحدث ما يشبه «الإجماع. Consensus. ويرى «جرامشي» إن الطبقات المسيطرة تستخدم الثقافة الجماهيرية في إقناع الطبقات الأخرى من خلال صناعة الإعلان(٦١).

ونستطيع أن نتعرف على مظاهر السيطرة التي أشار إليها جرامشى في عالمنا العربى بأكثر من طريقة. فقد نجحت وسائل الإعلام على سبيل المثال في الترويج للأفكار والقيم الغربية وإقناع الجماهير بها من خلال المسلسلات والأفلام والأغانى، في مقابل التجاهل المتعمد وتسطيح الثقافة العربية الإسلامية. والمدهش في هذا الأمر هو تبنى قاعدة كبيرة من هذه الجماهير لهذه القيم باعتبارها نمطا في سلوك حياتهم اليومية. وأصبحت هى النموذج الذي يتبع، وإذا حاولت جماعة في أى مجتمع الخروج عن هذا النمط، قد تتهم بالتخلف والرجعية. ويعتبر هذا نموذجاً من مفهوم «السيطرة» الذي قصده «جرامشى»، لكن توجد نماذج متعددة وتمارسها مؤسسات مختلفة.

وتعتقد «رينا مسترى ReenaMistry أن نظرية «جرامشى» تعد نقطة هامة في كشف التمثيلات العرقية في مجال الإعلام؛ لأنها تركز على الثقافة والأيديولوجية، وعلى خلاف النظريات الماركسية في السيطرة. إذ يتجاهل جرامشى العوامل الاقتصادية، ويركز على دور المثقفين في هذه العملية. وفى الواقع يشكل التلفزيون والسينما مركزا أساسيا للثقافة الشعبية، حيث ركزت مقولات جرامشى على واقع الحياة اليومية وقيم الشعور العام في محاولة لتحديد آليات الهيمنة. ويسود اعتقاد بأن صور التلفزيون والسينما التي تستحوذ على الشاشات الغربية أنها نوع من أشكال الهيمنة(٦٢).

ويمكن القول إنه بالرغم من ندرة كتابات جرامشى في الإعلام، إلاّ أنه قدم إطارا عاما لتحليل الثقافة والقوة في إطار الأدوار التي يمكن أن يؤديها الإعلام بيسر. ويتجاهل هذا الإطار نظريات الإعلام الأمريكية خصوصا النظريات التي اهتمت بدور الدولة.

وامتدادا لهذا الفكر تتبع «جرهام ميردوك» Graham Murdock نهضة الثقافة البريطانية أثناء عقدى الستينات والسبعينات، حيث رأى أن معظم وأهم أصحاب هذه المدرسة- الدراسات الثقافية البريطانية- كانوا ينتمون إلى الطبقات الدنيا. وانتقدوا الأيديولوجية القائمة ورفضوها صراحة نظرا لهيمنة ثقافات الطبقة العليا على مجموعات الأقليات. وكان «ريموند ويليامز» Raymond Williams أحد رواد المدرسة البارزين، وكان ناقدا أدبيا حقق سمعة طيبة بإعادة تطوير الحركة الثقافية في إنجلترا. أما «ستيورت هول» Stuart Hall فقد اهتم بتحليل وظائف وسائل الإعلام، وأوضح أنه يمكن فهمها كمنتدى عام تكافح فيه قوى مختلفة لتشكيل الأفكار الشعبية عن حقيقة المجتمع. وفى هذا المنتدى، يتم تداول الأفكار الجديدة، وترسم خطوط

جديدة بين العوالم الاجتماعية المتنوعة. وعلى العكس من الماركسية التقليدية، لم يهتم «هول» بالسيطرة التامة للحكام على المنتدى الثقافى. فإن الحكام من وجهة نظره ليسوا بحاجة إلى القوة لتقديم اهتماماتهم. ولم تكن الثقافة المعروضة في هذا المنتدى مجرد انعكاس ظاهرى للتكوين الاجتماعى، بل تنشيط لأفكار جماعات المعارضة. واعترف «هول» بإمكانية فشل الحكام في النهوض بأيديولوجيتهم، بينما تنجح جهود أصحاب التخطيط السليم بتنمية الإبداعات البديلة. ومع ذلك فأن المميزات التي يتمتع بها الحكام تمكنهم من البقاء مدة أطول في السلطة(٦٣).

وقد أنتجت الدراسات الثقافية البريطانية أبحاثا متنوعة عن محتوى الإعلام الشعبى، بل أثرت على الأبحاث الأمريكية، وخاصة النسائية منها وكذلك على دارسى الثقافة الشعبية. ويعد البحث الذي قدمته «جانيس رادوي» Janice Radway سنة ١٩٨٤ أحد افضل النماذج للتعبير عن أفكار الدراسات الثقافية. وأوضحت «رادوي» في تحليلها للمحتوى الشعبى للقصص الرومانسية أن شخصياتها وحبكاتها ناتجة عن الأساطير التي يفترض فيها أن سيطرة الرجال في الترتيب الاجتماعى طبيعية وعادلة. فالرجال يقدمون بصفة روتينية على أنهم أقوياء ومعتدون، بينما النساء ضعيفات وسلبيات، وليس لديهن الاستقلالية. ويجب على المرأة أن تنال هويتها من خلال مشاركتها مع الرجل. وبعد أن انتهت «رادوى» من تحليل محتوى .مجموعة من القصص الرومانسية، قررت سنة 1986 أن تقابل النساء اللاتى كن يقرأن هذه القصص بانتظام، وكانت مندهشة لأن كثيرا منهن استخدمن هذه الكتب كجزء من التمرد ضد سيطرة الرجل، فكن يقرأنها كشكل من الهروب من أعمال المنزل أو تربية الأطفال. ورفض كثير منهن هذه الأساطير، وعبرن عن تفضيلهن للقوة الجسمية للرجل مع الرقة. وكذلك فضلت القارئات المرأة القوية التي تحتفظ بصفاتها النسائية التقليدية(٦٤).

ويعتبر عمل «رادوى» اتجاها هاما في الدراسات الثقافية النقدية، حيث اكتفى الباحثون الأوائل بدراسة محتويات وسائل إعلامية معينة، واستخلاص مجموعة من النتائج المبنية على نظرياتهم. أما الأبحاث الجديدة مثل بحث «رادوى» فهو يدمج التحليل النصى مع بحث المشاهدين. ويشجع على انتشار هذا النوع من الأبحاث. ولم يقتصر انتشار هذا النوع من الدراسات على الغرب فقط، بل انتقل إلى العالم العربى. وبرز اتجاه جديد في المدرسة الإعلامية المصرية يؤكد ضرورة

إدماج دراسات تحليل المضمون مع الدراسات التي تهتم بوظائف وسائل الإعلام وتقييم الرسالة الإعلامية.

نظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام:

تعد نظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام من المسميات القديمة التي ظلت باقية كى تثبت منظورا يركز على البناء الاقتصادى، فضلا عن المضمون الأيديولوجى للإعلام. وتؤكد هذه النظرية تبعية الأيديولوجية للأساس الاقتصادى. ويتجه اهتمام بحثها إلى التحليلات الأمبيريقية لبناء الملكية وأسلوب قوى السوق الإعلامى. ومن خلال هذه النقطة تعتبر المؤسسة الإعلامية جزءا من النسق الاقتصادى مع ضرورة الارتباط بالنسق السياسى. ويمارس الإعلام هيمنة كبيرة على المعرفة والمجتمع عموما، ويستطيع أن يكون إلى حد كبير سببا في تبادل القيم بين الناس في ظل ظروف ضغط السوق والمصالح الاقتصادية للمالكين واتخاذ القرارات. وترتبط هذه المصالح بالحاجة إلى الكسب (الربح) خلال عمليات الإعلام[٦٥].

وتكمن القوة الأساسية لهذه النظرية في قدرتها على إجراء افتراضات أمبيريقية قابلة للاختبار عن محددات السوق. وبالرغم من توافر هذا الإجراء لم يكن تحديده أمبيريقيا بالأمر السهل. وبينما تركز هذه النظرية اهتمامها على الوسيلة- باعتبارها تقود العمليات الاقتصادية إلى السلعة، يوجد اهتمام بمنظور الاقتصاد السياسى الذي يفترض أن الإعلام منتج جماهيرى حقيقى. وفى هذا المعنى يوجهون انتباه الجمهور إلى الإعلانات التي تشكل سلوك الجماهيرى بطريقة معينة متميزة[٦٦].

ويهتم أصحاب نظرية الاقتصاد السياسى بسيطرة الحكام على المؤسسات الاقتصادية كالبنوك والأسواق وتحكمهم فيها. ويحاول هؤلاء الباحثون توضيح تأثير هذه السيطرة على مؤسسات اجتماعية أخرى منها وسائل الإعلام. ويهتم الاقتصاديون السياسيون أيضاً بدراسة دور الاقتصاد في تشكيل الثقافة التي تنتجها وسائل الإعلام؛ فهم لا يهتمون كثيرا بالبحث عن كيفية تأثير الثقافة في مجموعات محددة أو شرائح مختلفة، ولكنهم يهتمون بشكل أكبر بفهم أسلوب السيطرة على عملية الإنتاج، ويبحثون عن أسباب سيطرة بعض الأشكال الثقافية على أوقات التليفزيون دون غيرها[٦٧].

وربما كانت المحطات الفضائية العربية خير نموذج يبرز فيه تأثير الاقتصاد في

الإنتاج الثقافى والإعلامى. فعندما خرجت بعض المحطات بعيدا عن عباءة بعض الحكومات، وتخلصت من سيطرتها. فقد وجهت بسيطرة المال وأصحاب شركات الدعاية والإعلان، حيث أصبحت هناك برامج عديدة تبث مواد إعلامية منافية للأخلاق والقيم والتعاليم الدينية برعاية الشركات المعلنة. ولم يقتصر هذا الأمر على برامج معينة، بل تجد المحطة بجميع برامجها واقعة تحت سطوة مؤسسيها من رجال المال والاقتصاد لخدمة مصالحهم. وأصبحت هذه السمة أمرا عاديا ويتقبله الناس، بل وتجد من ينبرى للدفاع عنها.

وعلى الرغم من أن مدرستى النظرية الماركسية المحدثة- الدراسات الثقافية البريطانية ونظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام- تظهران على أنهما متكاملتان، إلا أن هناك أمورا جديرة بالذكر تثير التنافس بينهما. فتوجد بعض الاختلافات الجوهرية تفصل بين الاثنين، وتختلفان أيضا في مناهج بحثهما والنظام الأكاديمى الذي تأسستا عليه. ورغم تركيزهما على المؤسسات الاقتصادية وادعاءاتهما المستمرة أن السيطرة الاقتصادية تؤدى حتما إلى السيطرة الثقافية، يختلف أصحاب الاقتصاد السياسى في فهم تأثير التغيرات الثقافية على المؤسسات الاقتصادية، حيث لم يدركوا تنوع الثقافة الشعبية أو اختلاف الطرق التي يتعرف الناس بها على المحتوى الثقافى. واقترح «ميردوك» أن مدرستى الماركسية المحدثة والاقتصاد السياسى ينبغى أن تتعاونا بدلا من التنافس. ولكى يحدث هذا يجب على الباحثين أن يتخلوا عن بعض فروضهم ويدركوا أن البناء الفوقى الذي ترتكز عليه الثقافة وصناعة الإعلام يمكنه التأثير فيهما معا، وأن كلا النوعين من البحث ضرورى لتكامل دور وسائل الإعلام.

٣- نظرية إنيس وماكلوهان وسمايث:

يعتبر كل من «هارولد إنييس Harold Innis ومارشال مكلوهان Marchall Mclu-han ودلاس سمايث Dallas Smyth من الباحثين الأوائل الذين اهتموا بتكنولوجيا الاتصال في المجتمع. ويرجع تصنيفهم ضمن النظريات النقدية إلى ارتباطهم معا وتحليلاتهم الأدبية. وإذ يرجع الفضل إلى ماكلوهان في انتقال النظرية الثقافية النقدية إلى الولايات المتحدة خلال الستينات. أما إنييس فكان ينتمى إلى الماركسية المحدثة، وتوازنت أفكاره وأفكار سمايث بشأن وسائل الإعلام.

ولقد نشأت أعمال إنييس بعيدا عن دراسته للتاريخ السياسى والاقتصادى لكندا، حيث كان متأثرا بالعلاقات الإتصالية (النقل والتجارة) بين كندا وأوروبا من جانب وكندا والولايات المتحدة من جانب آخر، بل بين الكنديين أنفسهم. وقد طبق منظوره التحليلى على دراسة تطور المجتمعات في العصور القديمة والوسطى ليوضح تغيير عملية نظم الاتصال وتغيير بناء المؤسسات في المجتمع، وكذلك أشكال القوى السياسية والاجتماعية وتغيير الأولويات وقيم المعرفة. وقد نظر «إنييس» إلى المعرفة بأنها ليست ببساطة عمليات مجردة من التراكمات، ولكنها أكثر من مشهد متغير. ويتغير أساساً وفقا للترتيبات التكنولوجية والمؤسساتية. وقد استخدمت المجتمعات قديما الخطاب الشفوى باعتباره تكنولوجيا اتصالية كانت مختلفة بالطبع عن التكنولوجيات التي اعتمدت أساسا على الكتابة والطباعة أو الإعلام الإلكترونى. ويخلص إنييس من تحليله إلى أن نمط المعلومات كان ذا قيمة ويبحث ويتعلم وتعطىله الأولوية في أجندة المجتمع بالإضافة إلى اختلاف مفهوم المعرفة وبنائها من مجتمع إلى آخر إذ يتغير بناؤها تبعاً لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات السائدة(٦٨).

أما مارشال ماكلوهان فكان دارسا للأدب ومفتونا بالإعلام، واهتم بالتاريخ وتأثر كثيراً بالدور التاريخى للإعلام. وركز جل اهتمامه على تكنولوجيا الإعلام؛ إذ يرى أنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام مستقلا عن تكنولوجيا الوسائل ذاتها. فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية القضايا، والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران بالطبع فيما تقوله تلك الوسائل. ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات اكثر مما يشكلها مضمون الاتصال. وقد اخذ «ماكلوهان» من التاريخ ما نستطيع أن نسميه «بالحتمية التكنولوجية» Techno-logical Determinsm، فكما آمن ماركس بالحتمية الاقتصادية يؤمن «ماكلوهان» بأن الاختراعات التكنولوجية الهامة تؤثر تأثيرا أساسيا في المجتمعات. ويرى أيضا أن التحول الأساسى في الاتصال التكنولوجى يمهد الطريق إلى التحولات الكبرى. ويتحدد النظام الاجتماعى إلى حد كبير من وجهة نظره بطبيعة وسائل الإعلام التي يتم بمقتضاها الاتصال، ولا يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل. وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات(٦٩).

وقد ركز «ماكلوهان» على التفاعل الحادث بصفة خاصة بين الفرد وتكنولوجيا الاتصال. فقد رأى أن التليفزيون وسيلة حسية جذابة لا تتيح للإنسان التخيل مقارنة بالإعلام المطبوع؛ فالطباعة من وجهة نظره وسيلة ساخنة بينما يُعدّ التليفزيون وسيلة باردة. فالأدوات الميكانيكية ساخنة والبرامج والأدوات المصنعة يدويا باردة. والوسيلة الساخنة تشجع على الاستهلاك السلبى، في حين أن الإعلام البارد يشجع على المشاركة الفعالة. وقد استخدم «ماكلوهان» أحياناً السخونة لوصف الوسيلة بأنها غنية بمعلوماتها وتتطلب جهداً أقل من قبل المشاركين لاستعمالها. فالراديو وسيلة ساخنة لأنه يعظم الصوت، وحديث الإنسان فيه مقنن وواضح، وتقل حجم التفسيرات المطلوبة لفهم الرسالة، ويستقبل جمهور الراديو ينبوعا من المعلومات يمر عبر الأذن إلى المخ. وعلى النقيض نجد أن جمهور التليفزيون محتوى بدرجة كبيرة، ويتوحدون عادة مع الصورة نفسها. وما يقال عن الراديو والتليفزيون، ربما ينطبق على الكتب المطبوعة والمخطوطات، فالأولى وسائل ساخنة لأنها موحدة ومتكررة ويكون الشخص قد أتقن رموز الكتابة ولديه خبرة بقرائتها. فالكتاب ينقل المعلومة مباشرة وبسرعة، أما المخطوطة فتحتم على القارئ التأمل فيها. ويرى «ماكلوهان» أن العالم يتحول إلى البرودة بعد أن كان يتسم بالسخونة. فالتليفزيون كان بارداً بالمقارنة بالراديو، والأخير كان بارداً بالمقارنة بالطباعة(٧٠).

ويبدو من تحليل أفكار إنييس وماكلوهان أن هناك أوجه اتفاق واختلاف بين أعمالهما. فقد كان كل منهما لديه المقدرة على تطبيق التحليلات المقارنة بطريقة مباشرة في مجال القضايا المتشابهة. فبينما كانت المجتمعات والحضارات هى وحدة التحليل عند إنييس، كان الفرد وحده التحليل عند ماكلوهان. وعندما تحدثا عن تكنولوجيا الإعلام رأى ماكلوهان تكنولوجيا الاتصال الجديدة امتدادا للإنسان وأداة للتغلب على كل أنواع المشاكل، وسوف تفتح آفاقا جديدة أمام البشر وستمكننا من أن نكون في كل مكان (القرية العالمية) ولم يهتم ماكلوهان مطلقا بسيطرة الحكام على هذه التكنولوجيا والنتائج السلبية المحتملة لها. أما إنييس فقد رأى ان لتكنولوجيا الاتصال المعاصرة مجموعة من التأثيرات، فهى عندما تقدم حلولا لبعض المشاكل الموروثة تخلق في الوقت نفسه العديد من المشاكل الجديدة. وأكد إنييس أيضا أن هذه التكنولوجيا تنمى العلاقات الإنسانية اللاشخصية وتكبح إبداع التفكير الإنسانى(٧١).

أما أعمال «سمايث» عن وسائل الإعلام، فقد ركزت على قوة وسائل الإعلام في تقييد التفكير المستقل وقنوات الرأى العام، ولها تأثيراتها على اختيار المستهلك والديموقراطية وحقوق الإنسان. وقد استخلص من دراساته أن الإعلام يمكن أن يكون داعما لإبداع الإنسان وليس السيطرة عليه بشرط وجود مشاركة مناسبة من قبل الجماهير في القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية(٧٢).

وبالرغم من أهمية أفكار «ماكلوهان» وخاصة في حديثه عن الوسائل الساخنة والباردة، لكن يرى بعض الباحثين أن موقفه العلمى مبهم وغيبى لأنه يقدم وسائل تخضع لتفسيرات مختلفة، ولكنها تنشط التفكير فعلا. فبينما يعتبر تأكيد «ماكلوهان» على تأثير الوسيلة نفسها نافعا ومفيدا، تبدو تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها. فالرسالة هى الرسالة والوسيلة هى الوسيلة. وكل واحدة تؤثر في الأخرى بحيث لا يمكن فصل إحداهما عن الأخرى. فالأخبار في رأى بعض الناس هى الأخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي تنقل بها إلى الناس، على الرغم من أن درجة اكتساب المعلومات من التليفزيون، إذا لم يطابق النص الصورة، قد تقل كثيرا لأن الصورة قد تصرف الانتباه عن النص مما يقلل من درجة الفهم. وبالمثل ليس هناك دليل على أن الإدراك وجمع نقطا للضوء على شاشة التليفزيون يحدث اختلافا في التأثير، كما أن هناك حاجة إلى إعادة التفكير في موضوع الخيال الذي يحتاج إليه أى نوع من أنواع الاتصال، فهناك من يقول بأن قدر الخيال الذي يحتاج إليه ترجمة المطبوع إلى صور واقعية أكبر من ذلك الذي يتطلبه مشاهدة التليفزيون. كما أن هناك من يقول بأن غياب الصوت في الأفلام الصامتة يحتاج لخيال أكبر من الخيال الذي تحتاج إليه الأفلام الناطقة(٧٣).

ويبدو أن الانتقادات التي وجهت إلى «ماكلوهان» عديدة ومختلفة. فقد وصف النقاد الأدبيون أفكاره بأنها متنوعة ومتناقضة. واندهشوا كثيرا عندما مدح التفكير غير المكتمل البناء (التفكير اليوتوبي). واعتبروا كتبه عبارة عن نتاج اضطراب عقلى. ورد «ماكلوهان» على ذلك متهما النقاد بأنهم متخلفون للغاية ويرتبطون كثيرا بالمنطق والتفكير الطولى أو الخطى، وكذلك انتقد باحثو الإعلام التجريبيون «ماكلوهان» لأسباب مختلفة؛ فقد وجد معظمهم أن افتراضاته بخصوص قوة الإعلام كانت عبثا. وحقيقة كان الباحثون التجريبيون في ريب من إمكانية دور الإعلام في نقل خبرة البشر. وحتى لو كان ذلك ممكنا، فكيف يستطيع البحث

أن يعمم لدراسة ذلك بصورة منظمة. وعندما فشلت الدراسات التجريبية المبكرة تأكدت هذه الشكوك. وثبت أن أفكار «ماكلوهان» كانت فاحصة ورائعة. واتفقت آراؤه بصورة ضعيفة هى وأصحاب نظريات الماركسية المحدثة. وعلى الرغم من أنهم نظروا بعين الاحترام لـ«أنييس» وجدوا أن أفكار «ماكلوهان» تعتبر انحرافا عن مبادئ «أنييس» الرئيسية. وصنف «ماكلوهان» على أنه «مصلح تكنولوجي»، حيث كان مؤيدا لانتظار التكنولوجيا لتقود الناس إلى «القرية العالمية» بدلا من محاولة الإصلاح الاجتماعى أو الثورة للسيطرة على الوضع القائم. فهو يرى أن مصيرنا هو بين تكنولوجيا الإعلام، ونحن مجبرون لأن نذهب حيث تقودنا. ورأى الماركسيون المحدثون في هذه النبوءة أنها شخصية تامة وتدعو إلى تطوير الأشكال الجديدة للإعلام التكنولوجى بقوة. وربما يقودنا ذلك إلى مستقبل مرير محزن وإلى كابوس القرية العالمية التي تحكم بواسطة الحكام. وهكذا سوف يبقون في السلطة طوال فترة الوجود(٧٤).

ويستدل من تحليل أفكار إنييس وسمايث وماكلوهان أن هناك سمة أساسية تجمع أعمالهم تتمثل في الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال في المجتمع وتأثيراتها المتباينة. فقد ربط إنييس بين تطور المجتمعات وتطور نظم الاتصال، وأوضح أن هذه النظم تساهم في تغيير بناء المؤسسات في المجتمع، وكذلك تغيير أشكال القوى السياسية والاجتماعية. أما ماكلوهان فقد صك مصطلح «الحتمية التكنولوجية» مؤكدا أهميتها في فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. وأبدى «ماكلوهان» اهتماما خاصاً بعملية التفاعل الحادث بين الفرد وتكنولوجيا الاتصال وهو ما عبر عنه بالوسائل الساخنة والباردة. وأما «سمايث» فعندما تحدث عن تكنولوجيا الاتصال ركز على الجوانب السلبية التي تمثلها. وأبدى اهتماماً بالسيطرة التي تمارس على الجمهور بواسطة وسائل الإعلام من قبل الحكام. .

وبالرغم من أهمية الموضوعات والأفكار التي طرحها كل من إنييس وسمايث وماكلوهان، وجهت إليهم انتقادات عديدة. وعلى سبيل المثال فكرة «سمايث عن تطور المجتمعات وتأثير نظم الاتصال يمكن النظر فيها، فما زالت كثير من المجتمعات ترزح تحت نير التخلف بالرغم من تملكها تكنولوجيا اتصالية متقدمة في مجال الإعلام. أما فكرة «ماكلوهان» عن الوسائل الساخنة والباردة، فقد أصبحت عديمة الجدوى بعد النتائج المذهلة التي تحققت بالنسبة للأغنية مثلا بعد انتشار

الفيديو كليب وتفاعل الجمهور معها، وفى مقابل تجاهل الجمهور للروايات الأدبية أو المسلسلات الهادفة. وأخيراً بالنسبة لـ «سمايث» فبالرغم من أهمية أفكاره وواقعيتها لا نستطيع رؤية كل ما تزودنا به تكنولوجيا الاتصال مؤثرا سلبيا في تفكيرنا.

وبعد عرض موقف النظريات النقدية من دراسة الاتصال الجماهيرى نستطيع القول أن هذه النظريات حاولت تحليل وظائف وسائل الإعلام في المجتمع بطريقة واقعية. وقد برز ذلك في الهدف الذي سعت إلى تحقيقه، حيث تهتم بالتركيز على مجموعة من القيم التي تسعى إلى تغيير الأوضاع الاجتماعية، وتولى أهمية لاستخدام الصفوة للإعلام، وكشف أثر سيطرتهم على الثقافة وأجهزة الإعلام. وبالإضافة إلى ذلك اهتمت بدراسة علاقة الإنتاج الإعلامى بالمشكلات الاجتماعية ، ويبدو من تحليل رواد المدارس الفكرية التي انبثقت عن النظريات النقدية إنها تشترك جميعاً في نقد وسائل الإعلام. فقد حاول أعضاء مدرسة فرانكفورت تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تزييف وعى الجماهير كما ذهب «ماركيوز» ، وإبراز دور وسائل الثقافة الشخصية في خلق مسحة فردية وغطية زائفة على المنتجات الثقافية كما ذهب «أدورنو» ، وأخيراً التأكيد على أهمية الإعلام في تشكيل الاتجاهات وتحويل المجتمعات من النظم الاستبدادية إلى النظم الديمقراطية الحرة كما ذهب «هابرماس»

أما أعضاء الماركسية المحدثة، فقد انقسموا إلى مدرستين هما الدراسات الثقافية البريطانية ونظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام، حيث ارتبطت الأولى بأفكار ومناهج بحث ناتجة عن مصادر متنوعة تضم النقد الأدبى واللغويات والانثرويولوجيا والتاريخ، وحاولت هذه النظرية تتبع أثر سيطرة الحكام على الثقافة ومحاولة اقتفاء أثرهم. وقد ساهم «جرامشى» في هذه المدرسة بتطويره لمفهوم «السيطرة» ؛ إذ يرى أنها لا تعنى ببساطة فرض شيء معين فقط، ولكن تظهر في نجاح طبقة معينة في إقناع الطبقات الهامشية بقبول الثقافة المسيطرة، وفى الوقت نفسه تتشربها وتتبناها. وأهتم «اسيتورت هول» بتحليل وظائف وسائل الإعلام، وأوضح أنه يمكن فهمها كمنتدى عام تكافح فيه قوى مختلفة لتشكيل الأفكار الشعبية عن حقيقة المجتمع. وبالإضافة إلى ذلك أنتجت الدراسات الثقافية البريطانية أبحاثاً متنوعة عن محتوى الإعلام الشعبى، بل وأثرت في الأبحاث الأمريكية.

أما نظرية الاقتصاد السياسي في الإعلام، فقد اهتمت ببحث أثر سيطرة الحكام على المؤسسات الاقتصاد كالبنوك والأسواق، وتأثير هذه السيطرة على مؤسسات اجتماعية أخرى بما فيها وسائل الإعلام. ويهتم الاقتصاديون السياسيون أيضاً بدارسة دور الاقتصاد في تشكيل الثقافة التي تنتجها وسائل الإعلام.

وأخيراً بالنسبة لنظريات إنييس وماكلومان وسمايث، فقد اهتموا جميعاً بتأثير تكنولوجيا الاتصال في المجتمع. فقد ربط إنييس بين تطور المجتمعات وتطور نظم الاتصال. وركز ماكلومان على أننا لايمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام بمعزل عن تكنولوجيا الوسائل ذاتها. أما أعمال سمايث فقد ركزت على قوة وسائل الإعلام في تقييد التفكير المستقل، وكذلك على اختيار المستهلك والديمقراطية.

ويمكن القول إن النظريات النقدية ساهمت بشكل فعال في دراسة الاتصال الجماهيري، من خلال رؤيتها النقدية للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع، إلا أن هذا الإسهام لا يمنع من وجود بعض الانتقادات والثغرات التي وقعت فيها هذه النظريات. وعلى سبيل المثال لقد وجهت إليها انتقادات من قبل الوضعيين والماركسيين، حيث رأى الوضعيون أنها تأمل فارغ، وليس لها أساس صلب في الواقع؛ إذ لا يمكن اختبارها ومن ثم إثباتها أو دحضها وفقاً لمعيار مستقل، وهي غالباً مصاغة بمصطلحات غامضة عمداً لا تعبر عن أصالة في الفكر أو صعوبة في المسائل المتناولة. أما الماركسيون فينظرون إلى النظرية النقدية بأنها تمثل عودة إلى الفلسفة التقليدية المثالية الألمانية. ولذلك فهي لا تستطيع أن تقدم لنا معرفة عن الواقع أو تحليلاً للبنى الاجتماعية الفعلية. ومن بين الانتقادات التي وجهت أيضاً إلى مدارس النظريات النقدية، ذلك النقد العنيف الذي تعرضت له أفكار «ماكلوهان» ، حيث وصف النقاد الأدبيون أفكاره بأنها متنوعة ومتناقضة، واعتبروا كتبه عبارة عن نتاج اضطراب عقلي.

خاتمة: مناقشة وتقييم

حاولنا خلال هذا الفصل معرفة مدى إسهام نظريات علم الاجتماع المعاصرة في دراسة الاتصال الجماهيري، باعتبار أن هذا الموضوع لم يلق اهتماماً كافياً لدى الباحثين. وقد تطلب ذلك مناقشة مسألة استقلال ميدان الاتصال الجماهيري كعلم بذاته عن العلوم الاجتماعية الأخرى، حيث برزت آراء مؤيدة لهذا التوجه

وأخرى معارضة. وركزنا أيضاً على إسهامات نظريات علم الاجتماع المعاصرة في دراسة الاتصال الجماهيرى، سواء أكانت من خلال النظريات البنائية الوظيفية أو النظريات النقدية. ويمكن عرض خلاصة الآراء والمناقشات التي انتهينا إليها بصدد هذه القضايا في النقاط التالية:

١- يوجد تباين واضح في الآراء بشأن الدعوة إلى استقلال الاتصال الجماهيرى؛ إذ أشارت الآراء المؤيدة إلى حدوث تطور كبير في مجال دراسته سواء أكانت على مستوى النظرية أو المنهج أو مجالات تدريسه في الجامعات، بل على مستوى الممارسة العملية وتأثيره الواضح في المجتمع. أما الآراء المعارضة، فقد ذهبت إلى القول بأن ميدان الاتصال الجماهيرى لم يتطور بعد إلى الحد الذي يمكن أن يعد ميداناً علمياً مستقلاً بذاته. ويرون أن الدراسة في بحوث الاتصال وعملياته لا بد أن تتم بفريق متكامل من المتخصصين في مجال العلوم الاجتماعية وبعض العلوم الطبيعية. ويدلل الباحثون على صحة آرائهم بعدم وجود إطار نظرى محكم حتى الآن لعلم الاتصال يضفى مشروعية استقلاله، فضلاً عن أنه لم يتماسك بعد بواسطة مجموعة من المفاهيم المتطورة أو هيكل من الفروض المترابطة أو صياغة إطار تفسيرى شامل. ويميل الباحث إلى وجهة النظر الأخيرة، وذلك للدور الذي تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرى، حيث تعكس طبيعة البناء الاجتماعى والقيم الاجتماعية، في الوقت الذي تقوم فيه بدورها في عمليات التغيير الاجتماعى. فضلا عن أن طبيعة المواد التي تعرضها وسائل الإعلام لا يمكن تفسيرها وتحليلها بواسطة علم بعينه، إذ يجب تداخل تخصصات عديدة في دراستها.

٢- وجود علاقة وثيقة تربط علم الاجتماع بالاتصال الجماهيرى، حيث كانت نظرية «المجتمع الجماهيري» هى أول نظرية اجتماعية استندت عليها الدراسات الإعلامية. وبالرغم من الانتقادات العديدة التي وجهت إلى هذه النظرية، كانت وما زالت تؤثر تأثيراً فعالاً في تشكيل وجهات نظر الباحثين في هذا المجال حول المغزى الاجتماعى للاتصال الجماهيرى. وتبدو العلاقة التي تربط أيضاً علم الاجتماع بالاتصال الجماهيرى من خلال تتبع البدايات الأولى لبحوث الاتصال في الولايات المتحدة؛ إذ ارتبطت بأعمال علماء كبار مثل «تشارلز كولى» و"جورج هربرت ميد» و"روبرت بارك» . أما البحوث المتخصصة في هذا المجال فقد ارتبطت بإسهامات كل من «هارولد لازويل» و"وبول لازر سفيلد» و"كورت

ليفن» و"كارل هو فلاند» . ويعتبر كولي «أول من أبرز الأهمية الاجتماعية للاتصال الإنساني في كتابه المنشور عام ١٩٠٩ . أما «ميد» فقد صاغ نظريته في الثلاثينات من القرن العشرين وركز على أهمية الوسيلة كأداة تفاعل. وقد اهتم «لازويل» بإجراء بحوث تحليل المضمون حول ما تبثه وسائل الإعلام. وركز «لازر سفيلد» على بحث آثار الاتصال الجماهيري، وقد برز ذلك في تحليلاته للانتخابات الأمريكية ودراسة العلاقة بين التأثير الشخصي وتأثير وسائل الإعلام على الاتجاهات الفكرية والسياسية. واهتم «هو فلاند» بدارسة آثار المضامين الدعائية التي تبثها وسائل الإعلام ودورها في تغيير الأراء النظرية.

٣- اهتمت البنائية الوظيفية بالإعلام باعتباره نسقاً من الأجزاء المرتبطة، وتكمن الوظيفة الأساسية له في ربط أجزاء المجتمع وضمان وجود التكامل الداخلي بين أعضائه. واعتبرت الإعلام إدارة ذاتية هامة وتصحح نفسها في إطار سياسة معينة وقواعد مؤسساتيه. وتظهر خصوصيتها في موضوعيتها وتطبيقاتها. ولعل من أبرز إسهامات علماء الاجتماع الوظيفي، الدراسات التي اهتمت بتحليل وظائف وسائل الإعلام في المجتمع عند بارسونز «ورايت» و"ديفلير» وهايمان ودراسات التأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام عند كلمان «ودراسات الاقناع عند «جنز» . ولقد كشف علماء الاجتماع الغربيون عن اهتمامهم بدراسة الصحافة كقوة اجتماعية، فأعد «تيشمان» دراسة على المؤسسات الصحفية. وقام كل من «مولتوش» و"ليستر» بدراسة الأخبار باعتبارها سلوكا مقصودا. وركز «جانز» على صناعة الأخبار الأمريكية و"توشمان» و"شيدسون» على التقارير الموضوعية في تاريخ صحافة أمريكا الشمالية. كما أبدى علماء الاجتماع الوظيفيون اهتماماً ملحوظاً بدور التلفزيون في المجتمع، فأجرى «لايول» دراسة عن الاستخدامات الاجتماعية للتلفزيون، واهتمت دراسة «تراكي» وشليسينجر « بأخبار التليفزيون البريطاني، وركز «جونستون» على قيم التقارير الإخبارية واتجاهاتها. وأبرز كل من «فرنش وريفر» اهتماماً بدراسة ظاهرة تأثير الإعلام في الغرب، هذا بالإضافة إلى الاتجاهات التي بدأت تستخدم نظرية الاستخدامات والإشباعات.

٤- أبرزت الاتجاهات النظرية التي انبثقت عن البنائية الوظيفية اهتماماً ملحوظاً بدراسة الإعلام. فقد اهتمت التفاعلية الرمزية بتعريف الاتصال باعتباره «سلوكاً رمزياً ينتج بدرجات مختلفة لمعايير وقيم مشتركة بين المشاركين» .

واعتبرت الاتصال شرطاً أساسياً لحدوث التفاعل الاجتماعى، وبعد المصدر الأول للخبرة غيرة المباشرة. ويبز دوره في توجيه الفرد وتعريف بيئته وإدراك مجتمعه. أما أصحاب الاتجاه الفينومينو لوجى فقد حاولوا استخدام وسائل الإعلام في تفسير واقع الحياة اليومية. واهتموا بدراسة تركيب المعنى عند الإنسان، والعلاقة بين كل من اللغة والمعنى والواقع. ويرون أنه بإمكان الشخص الحصول على معانى المفاهيم إما عن طريق الاتصال الحسى المباشر بالنواحى المختلفة للواقع، أو من خلال التفاعل الرمزى بين الجماعات التي تستخدم اللغة. وأخيراً اهتمت نظرية تحليل الثقافة بدور الإعلام في تشكيل الثقافة، وذلك بما له من تأثير واضح في تشكيل الواقع الاجتماعى وتغييره. واتجهت هذه النظرية إلى دراسة الوحدات الصغرى، والتركيز على نمط استخدام الناس للوسيلة، وجعلهم يحسون بأنفسهم والعالم من حولهم، والكشف عن النتائج المترتبة على استخدام وسائل الإعلام في حياتنا اليومية.

٥- وجود اهتمام واضح من قبل علماء الاجتماع الذين ينتمون إلى الاتجاهات النقدية بدراسة الإعلام؛ حيث سعى أصحابها إلى التركيز على دراسة الوحدات الكبرى، والاهتمام بالنظام الاجتماعى ككل. ويولون أهمية كبرى لاستخدام الصفوة للإعلام، وكشف أثر سيطرة الحكام على الثقافة وأجهزة الإعلام ومحاولة اقتفاء أثرهم. ولقد أصبحت وسائل الإعلام والوسائل الثقافية مجال اهتمام هذه النظريات. فقد اهتمت بعلاقة الإنتاج الإعلامى بالمشكلات الاجتماعية. وركزت على قضايا القوة والصراع والتغيير. واهتمت بمفاهيم الثقافة وأمبريالية الإعلام والعولمة؛ إذا يعتبرون الإعلام قوة موجهة، ويهدف في النهاية إلى فهم الواقع الاجتماعى.

٦- أبدت الاتجاهات النظرية التي تفرعت عن النظريات النقدية اهتماماً واضحاً بدراسة الإعلام، ويتمثل ذلك في إسهام أعضاء مدرسة فرانكفورت في نقد وسائل الإعلام والتحليل النقدى للثقافة. فقد اهتم «أدورنو» و"هوركهايمر» بدراسة الاتصال والسيطرة الثقافية، باعتبار أن الإعلام يمثل عاملاً أساسياً في صناعة الثقافة وتوجيهها. وأشارت دراسات هربرت ماركيوز «إلى دور الإعلام في تشكيل إنسان أحادى البعد. واهتم هابيرماس بالنظر إلى الإعلام باعتباره أداة نقدية للرأى العام، ويعتبر سمة أساسية للديمقراطية المعاصرة. أما إسهام الماركسية المحدثة في دراسة

الإعلام، فيبدو من خلال الدراسات الثقافية البريطانية ونظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام. فقد أبدى «جرامشى» اهتماماً واضحاً بمفهوم «السيطرة» . وذكر أان الطبقات المسيطرة تستخدم الثقافة الجماهيرية في اقناع الطبقات الأخرى من خلال صناعة الإعلان. واهتم «ستيورت هول» بتحليل وظائف وسائل الإعلام. وأنتجت الدراسات الثقافية البريطانية أبحاثاً متنوعة عن محتوى الإعلام الشعبى؛ إذ يعتبر عمل جانيس رادوى «اتجاهاً هاماً في الدراسات الثقافية النقدية. أما نظرية الاقتصاد السياسى في الإعلام، فقد اتجهت إلى الاهتمام ببحث التحليلات الأمبيريقية لبناء الملكية وأسلوب قوى السوق الإعلامى. وتعتبر المؤسسة الإعلامية جزءاً من النسق الاقتصادى مع ضرورة الارتباط بالنسق السياسى. ويمارس الإعلام هيمنة كبيرة على المعرفة والمجتمع عموماً. وأخيراً اهتمت نظريات إنييس وسمايث وماكلوهان بدراسة تكنولوجيا الاتصال في المجتمع وتأثيراتها المتباينة

٧- بالرغم من الإسهامات الواضحة لنظريات علم الاجتماع المعاصرة في دراسة الاتصال الجماهيرى، إلا أنه قد وجهت إليها بعض الانتقادات؛ فقد وجدت أوجه قصور في الافتراضات النظرية التي استندت عليها النظريات البنائية الوظيفية؛ إذ برز التباين الواضح بين هذه الافتراضات والواقع الفعلى لدور وسائل الإعلام في المجتمع فضلا عن المشاكل المنهجية التي تتمثل في صعوبة قياس عمليات التأثير من خلال الدراسات الأمبريقية. وأبرزت نتائج الدراسة أيضاً وجود بعض الانتقادات التي وجهت للنظريات النقدية في دراسة الاتصال الجماهيرى. إذ يرى علماء الاجتماع الوظيفيون أن هذه النظريات لا يمكن اختبارها ومن ثم اثباتها أو دحضها وفقاً لمعيار مستقل. ورأى الماركسيون أنها لا تستطيع أن تقدم لنا معرفة عن الواقع أو تحليلاً للبنى الاجتماعية الفعلية.

وفى النهاية يمكن القول أنه مازال ميدان الاتصال الجماهيرى بحاجة إلى تخصصات عديدة كى تبرز فاعليته، وتكتمل وظيفته، ويستفيد من التنوع، وبالتالى يكون قادراً على مواكبة المستجدات. وحتى لا يكون ضحية أطر توجهات علمية إحادية الجانب وإن كنا نميل إلى زيادة ارتباط الاتصال الجماهيرى بالعلوم الاجتماعية عامة وعلم الاجتماع تحديداً، حيث شكلت نظريات على الاجتماع المعاصرة دعماً أساسياً لدراسات الاتصال الجماهيرى بالرغم من الانتقادات التي وجهت إليها

الهوامـــش

1 - Denis Mcquail, mass Communication Theory- An Introduction ,S AGE Publication, Second Education, London, 1988, P: 52.

2 - Ibid. , P: 5

3 - Denis Mcquail, mass Communication and the Public interest: Towards Social Theory for media structure and performance in: David Crowley,David Mithchell, Communication Theory today, Polity press , London, 1994, PP: 243- 245.

٤- د. محمد محمد البادى، علوم الاتصال الجماهيرى واستقلالها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، سبتمبر ١٩٩٨، ص ص: ٢٤٥- ٢٦٨.

٥- نقلا عن د. محمد محمد البادى، المرجع السابق، ص٢٤٩.

٦- زيلبرمان وكروجر، سوسيولوجيا الاتصال، عرض د. محمد الجوهرى في : د. محمد الجوهرى وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، ١٩٩٢، ص: ٦

٧- د. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث- النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، ١٩٩٦، ص ص: ١٩، ٢٠

٨- ملفين، ل ديفلير، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٢، ص ص: ٣١٩- ٣٧٢.

٩- د. جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٣، ص ص : ١٩٨- ٢٣٨

١٠- زيلبرمان وكروجر، مرجع سابق، ص ص : ص ص :١٣، ١٤

١١- د. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ١٩٩٢، ص ص: ٦٢- ٩٥

١٢- د. فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ١٩٩٩، ص ص: ٣٨٤- ٤٤١

13- Denis Mcquail, Aspects of modern sociology communication,

long man, New Yourk, 1984.
14- John B. Thompson, social theory of communication , in : David crowley and David Mitchell, communication theory Today , polity press , U. k. 1995, P: 27- 49.
15- John Downing, internationalizing media theory- Transition, Power, culture, SAGE Publication, London, 1996, PP:178-246.
١٦- د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٧، ١٢٥- ١٦٢
١٧- د. سامى عبد الرؤوف طايع، بحوث الإعلام بين الماضى والحاضر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠، ص ص : ١٩٧- ٢٣٠.
١٨- د. حسن عماد مكاوى ود. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ص: ١٠٩- ١٤٢.
19- Denis Mcquail , Aspects of modern sociology communication ,op. cit. ,PP: 222- 224.
20- Denis Mcquail, Mass communication theory , op. cit. ,PP: 68, 69.
21- Sven windahl and Benno H. Signature with Jean T. Olson , Msing communication theory, SAGE publication , London , 1995, P:86.
22- John Downing op. cit. , P : 194.
23- Ibid. , P: 195.
24- Denis Mcquail , Mass communication Theory , op. cit. , PP: 69, 70.
٢٥- تعددت مسميات هذه النظرية حتى جاء «هر برت بلومر» وصك «مصطلح» التفاعلية الرمزية – Symbolic interactionism » بدلا من الاسم القديم لها «علم النفس الاجتماعى» . وقد اعتقد علماء النفس الاجتماعى أن البيئة الاجتماعية تلعب دورا هاما في عملية التعلم. وقدم «جورج هر برت

ميد» الفيلسوف والاجتماعى النشط بجامعة شيكاغو طريقة لفهم الحياة الاجتماعية. وأوضح أن الطريقة المثلى لكى نفهم كيف يتعلم الناس هى أن نرى كيف يتعلم الناس لعبة كرة السلة أو أى رياضة جماعية. وبالتأكيد تعلم هذه اللعبات لا يتم بقراءة كتب خاصة بنظرية اللعب، ولا من خلال المنبه والاستجابة المشروطة. ويرى «ميد» ان فريق كرة السلة أو أى فريق جماعى يمثل وحدة صغيرة لعالم صغير من خلال التفاعل مع الآخرين. فالهدف ليس احتكار الآخرين أو السيطرة عليهم، بل خلق أو إحداث وحدة اجتماعية فعالة. ونحن نتعلم الأدوار الاجتماعية من خلال التفاعل وخبرات مواقف الحياة اليومية.

ولا يعد تجانس فريق كرة السلة مثالا يساعد على فهم تأثير وسائل الإعلام في عملية التنشئة. فاللاعبون يتفاعلون مع بعضهم مباشرة، لكن ماذا يحدث عندما يكون هناك اتصال بوسائل الإعلام ؟ فيمكن أن تقدم هذه الوسائل معلومات كثيرة إلى جماعات من الناس المماثلين الذين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر كوسيلة للتفاعل. وهكذا يؤكد أصحاب التفاعلية الرمزية أن أفعالنا تستجيب إلى رموز معينة. ولذلك يرتبط فهم الشخص وعلاقاته بواقعه الفيزيقى وبيئته الرمزية. فالعقل والذات والمجتمع كلها متداخلة. والمعانى هى التي تعطينا إشارات وتحدد لنا رموزا وتفسر لنا الواقع :- لمزيد من التفاصيل انظر:-

Stanley j. Baran , Dennis K. Davis, Mass communication theory – Foundations,- Ferment and Future , Wadsworth publishing company, California, 1995, PP: 287- 289.

26- Ibid. , P: 290.

27- Ibid. , P: 290.

٢٨- ملفين. ل. ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص: ٣٥١.

٢٩- ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص : ٣٤٥

٣٠- المرجع السابق، ص : ٣٤٧

٣١- الفينومينولوجيا هى مذهب فلسفى يرى أننا لانتمكن من معرفة الحقيقة أو الواقع الفعلى أو الطبيعة النهائية للأشياء، بل ندرك مظاهرها فقط. ولهذا يمكننا أن نعرف الأشياء كما تبدو لنا من خلال حواسنا. وقد اتخذت فينومينولوجية شوتز «موفقا نقديا معارضا من الوضعية وأشكالها الحديثة،

فهي تعارض الاتجاه الكمي ونزعة التجريد، وتتجه نحو دراسة الحياة اليومية، ودراسة علاقات التفاعل بين الأفراد من وجهة نظر الأفراد أنفسهم :-
لمزيد من التفاصيل أنظر :-
د. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٦، ص : ٣٢٨.
و د. أحمد زايد، علم الاجتماع بين الاتجاهات الكلاسيكية والنقدية، دار المعارف، ط٢، القاهرة، ١٩٨٤، ص ص : ٣٨٩ وما بعدها.

32- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, o. p. cit. , p:310

33- Ibid. , 311.

34- Ibid. , pp:291- 292.

35- ملفين. ديفلير وساندا بول روكيتش، مرجع سابق، ص ص: 258، 259

36- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, op cit. , pp: 291, 292

37- Ibid. ,p:282.

38- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, op. Cit. P:280.

39- Jan Servces, Rico lie, Toward a more interpretative communication research framework: television as culture system: An interpretation of Clifford Geertz.

http: www. unisa. ac. za/dept/ press /comca /221 / servaes. htm

40- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, op cit P: 281.

41- Ibid, P: 281

42- Nicholas W. Jan Kowski and Fred wester, the qualitative tradition in social science inquiry : contrubitaion on to mass communication research, In : Klaus Bruhan Jensen and Nicholas w- jan Kowski, A Hand Book of qualitative methdologies for mass communication research, london,1991, PP: 53,54

٤٣- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية الإسلامية، تونس، ١٩٩٨، ص ص ١١- ١٠١

44- Stanley j. Baran ,Dennis k. Davis , o p. cit. . , P:281.

45- Ibid. , P:276

46- John Downing , op. cit. , P : 199.
47- Denis Mcquail, Mass communication theory ,op. cit. ,P: 63
48- Stanley j. Baran , Dennis k. Davis , op. cit. , P: 318.
49- Stanly j. Baran, Dennis K. Davis, op. Cit. , p:319.

٥٠- ظهرت مدرسة فرانكفورت إلى حيز الوجود سنة ١٩٢٣ من خلال أعمال بعض المثقفين الذين كانوا يعملون في معهد البحوث الاجتماعية بفرانكفورت، غير أن النشاط الأكاديمي الحقيقي لهؤلاء المثقفين قد ظهر بعد تولى «هوركهايمر» و"تيودورأدورنو» و"جورجيان هابيرماس» . وعلى الرغم من أن فلاسفة مدرسة فرانكفورت قد اتخذوا موقفا مناهضا من النظرية الوضعية، إلا أن انتقادهم لعلم الاجتماع جاء في صورة غير مباشرة. وقد برزت إسهامات مدرسة فرانكفورت في الدراسات الإعلامية من خلال بعض اعمال مفكريها مثل «الإنسان ذو البعد الواحد» عند «هربرت ماركيوز» و"صناعة الثقافة» لكل من «تيودور أدورنو» و"هوركهايمر» ، و"نظرية الفعل الاتصالى» لصاحبها «هابرماس» ، بالإضافة إلى الأعمال الأخرى للمفكرين الذين انضموا إلى هذه المدرسة بعد ذلك.

لمزيد من الإيضاح انظر:-

فيل سليتر، مدرسة فرانكفورت، نشأتها ومغزاها، ترجمة خليل كلفت، المجلس الأعلى للثقافة القاهرة، ٢٠٠٠.

Danie Chandler, marxitheory,
www.aber.ac.uk/media/Documents/marxism/marxism08.htm

د. محمد على محمد، تاريخ علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية الأسكندرية، ١٩٨٤.

د. السيد الحسينى، نحو نظرية اجتماعية نقدية، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٨٥.

51- Denis Mcquail, Mass communication theory. op. cit. ,p. 65
52- Daniel Chandler,op. cit. ,
53- Stanley j. Baran ,Dennis k. Davis , o p. cit. . , P: 320.

٥٤- إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هبرماس، ترجمة د. محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أبريل ١٩٩٩، ص : ٣٢٦.

55- Mass media: cultural effects , http: www. soft. net. Uk / cult-sock/ MU Home / cshtml /media/ hegdet. html /.

56- John Downing ,o p. cit. , p: 207.

57- Joel Anderson , The « Third- Generation « of the Frank Furt school, intellectual history , newsletter , http: // artsci. Uoustl. edu/ critical theory 3rd Generation. html/

58- The internet and the Theories of jurgen habermas , http: soc www. Cwm. edu/ alp 5/ habermas. htm/

٥٩- د. عبد الباسط عبد المعطى، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، أغسطس ١٩٨١، ص ٢٠٨

٦٠- Stanly j. Baran، Dennis K. Davis، op. Cit. ، p: ٢٢٢.

61- Danie Chandler, marxitheory, www. aber.ac.uk/media/Documents/marxism/marxism08.htm

62- Reena mistry , can Gramsci`s theory of heegemony help us ho understand the representation of ethnic Minorities in western television and cinema ?
http://www.Theory.org.UK/ctr–ro 16. htm

63- Stanley J. Baran , Dennias k. Davis, o p. cit. , pp: 222 , 223.

64- Denis Mcquail , Mass communication theory , o p. cit. ,p: 64.

65- Ibid. , PP: 64, 65.

66- Stanley j. Baran , Dennis k. Davis, o p. cit. , p: 325.

67- Ibid. , P: 352.

68- William Melody, Electronic Networks, social relations and the changing structure of knowledge , in :David Crowley and David mitchell, communication theory Today , polity press, U. K. 1995, pp. : 257 ,258.

٦٩- د. جيهان رشتى، مرجع سابق، ١٩٩٢ ص: ٣٧٢.

70- Cary wolf , The wisdom of saint marchall – the Holy fool, Uired Digital, Inc 1996. http: // www. wired. com / wired/ archive / 4. 01/ sainl. Marchal – pr. htm /.

71- William Melody , op. Cit. ,P:258.

72- Ibid. , P: 259.

٧٣- د. جيهان رشتى، مرجع سابق، ص٣٩٥.

74- Stanley j. Baran, Dennis k. Davis, op. Cit. ,pp: 328, 329.

الفصل الثالث

مناهج البحث
في دراسة الاتصال الجماهيرى

- مقدمة.
- أولاً- المناهج الكيفية في دراسة الاتصال الجماهيرى:
  - ١- تعريف البحث الكيفى وأهمية.
  - ٢- تطور الاهتمام بالمناهج الكيفية.
  - ٣- الإجراءات المنهجية للبحث الكيفى.
- ثانياً- المناهج الكمية في دراسة الاتصال الجماهيرى.
  - ١- تطور الاهتمام بالبحوث الكمية.
  - ٢- بحوث تحليل المضمون.
  - ٣- الإجراءات المنهجية في تحليل المضمون.
- الهوامش.

الفصل الثالث

مناهج البحث في دراسة الاتصال الجماهيرى

مقدمـــة:

تعددت مناهج البحث الاجتماعى في دراسة الاتصال الجماهيرى إلا أن استخدام المنهج المناسب يتوقف على طبيعة موضوع الدراسة والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها. ويعد مصطلح مناهج البحث من المصطلحات التي انشغل العلماء والباحثين في العلوم الاجتماعية بها، حتى أن كلمة Method نقلها البعض إلى العربية بمعنى أسلوب في البحث أو طريقة لدراسة الموضوع، أو خط فكرى يستطيع الباحث من خلاله تتبع مسار الظاهرة ودراستها بطريقة منظمة. ومعنى هذا أن مصطلح مناهج البحث قصد به في بعض المرات التعرف على أسلوب دراسة الظاهرة الاجتماعية، حيث يوجد أسلوبان هما الأسلوب الكمى والأسلوب الكيفى. وقد استخدم المصطلح أيضاً للتعرف على نوع الطريقة التي يتم بها معالجة الظاهرة، والمعروف أن طرق جمع البيانات تنحصر في أربع طرق أساسية هى الإسقاطية ودراسة الحالة والمسح الاجتماعى وتحليل المضمون. أخيراً يستخدم مصطلح مناهج البحث للدلالة على مدى إمكانية إستخدام التاريخ في دراسة الظاهرة مثل المنهج التاريخى أو الاحتكام إلى التجارب الأمبيريقية والملاحظات المعملية مثل استخدام المنهج التجريبى.

وبالرغم من إختلاف الرؤى حول استخدام كلمة «مناهج البحث» إلا أننا نفضل المعنى الذي يؤكد على أن البحث الاجتماعى يعتمد في تفسير قضاياه على أسلوبان أساسيان هما الكمى والكيفى. ويرجع السبب وراء ذلك إلى أن هذا التقسيم فيه من العمومية التي تجعله يحتوى التقسيمات الأخرى بمعنى أن البحث الكمى يتجه إلى الموضوعية في دراسة الظاهرة الاجتماعية من خلال تأكيده على استخدام الاحصاء في تفسير النتائج، وبالتالى سوف يعتمد هذا الأسلوب على أستخدام التجارب الميدانية والمعملية في رصد الظاهرة الاجتماعية. أما البحث

الكيفي فيعتمد بالضرورة على العلاقات الاجتماعية بين الجماعات، والتعرف على تطورها وبالتالي سوف يحتاج الباحث الكيفي في دراسته لمثل هذه الموضوعات إلى التاريخ كموجه ومرشد له في الدراسة.

وبالرغم من تحديد المقصود بـ «مناهج البحث» في هذا الفصل، إلا أنه يوجد إختلاف وصراع طويل بين المناهج الكمية والكيفة حول جدوى أى منهما في دراسة الظواهر الاجتماعية. وقد سعى أنصار المناهج الكمية إلى كسب بحوث العلم لمزيد من الدقة والموضوعية، إلا أن هذا التطوير ساعد على تفتيت موضوع العلم وتجزئته والاهتمام بالأراء والاتجاهات والسلوك الفردى. وأدى هذا إلى إبعاد الظاهرة عن أهدافها الانسانية. وكذلك سعى أصحاب الاتجاه الكيفى إلى تطوير البناء المنطقى للعلم باعتبار أن التجربة الانسانية تجربة كيفية ونوعية، وأن الأساس الجوهرى لموضوع العلم هو مضمون الفعل الانسانى التاريخى، وأن العبرة ليست بمظاهر السلوك، وإنما بما وراءه من وعى ومصالح وموجهات. وبالرغم من النوايا الحسنة لهذه التوجهات لكنها حولت بتطرقها معطيات العلم ونتائجه إلى روايات وعبارات امتزجت فيها الرؤى الذاتية بالواقع والحقائق(1).

وقد أظهرت الدراسات أنه ليس هناك اتفاق بين الباحثين في مجال البحوث الاجتماعية على سيادة منهج معين، حيث برز هذا في الدراسات التي أجريت على المرأة على سبيل المثال. ويفترض «ستيفيز» Steeves أن الدارسين الذين ينتمون إلى الاتجاه التقليدى في البحث الاجتماعى يرجعون أحياناً إلى استخدام المنهج الكمى.

وبالرغم من هذا التباين الواضح بين أنصار المنهج الكمى والكيفى، إلا أنه يجب التأكيد على أن علم الاجتماع يحتاج إلى النوعين من مناهج البحث والتحليل. فكل ظاهرة اجتماعية لها جوانبها الكمية الكيفية(2).

ونظراً لأهمية هذين المنهجين في البحث الاجتماعى بالنسبة لدراسة الاتصال الجماهيرى، يحاول هذا الفصل إلقاء الضوء على المناهج الكيفية باعتبارها أساليب أساسية يعتمد عليها علم الاجتماع التفسيرى، حيث نتعرف على التعريفات التي وردت بشأنها وأهميتها بالنسبة لدراسى العلوم الاجتماعية بصفة عامة والاتصال الجماهيرى خاصة. ونتعرض أيضاً لدراسة تطور الاهتمام بالمناهج الكيفية خلال ثلاث حقب تاريخية متباينة. وأخيراً نتعرض للإجراءات المنهجية المتبعة في البحوث الكيفية.

أما الجزء الثانى من هذا الفصل فيتعرض للمناهج الكمية، حيث نتعرف على أهميتها بالنسبة لباحث الاتصال الجماهيرى، ثم ننتقل إلى بحوث تحليل المضمون والتعرف على الاجراءات المنهجية المتبعة في دراسة هذا الأسلوب. وربما كان اختيار تحليل المضمون كطريقة في جمع البيانات تعد من أكفأ الطرق التي تبرهن على تمثيله للمناهج الكمية. حيث يعتمد تحليل المضمون على وصف المحتوى الكمى الظاهر لمادة الاتصال. وعندما نتعرض لهذا الموضوع سوف نبتعد عن الطرق التقليدية التي عالجت وحدات تحليل المضمون وفئاته، وإنما نركز على تناول هذه القضايا من خلال دراسة تطبيقية أعدها الباحث.

أولا- المناهج الكيفية في دراسة الاتصال الجماهيرى:

١- تعريف البحث الكيفى وأهميته:

تهتم المناهج الكيفية بتلك الاجراءات التي تستخدم في عملية البحث الاجتماعى وهى الملاحظة والمقابلة المتعمقة والمعايشة التامة لمجتمع البحث، حيث تسمح هذه الأدوات بحصول الباحث على معرفة مباشرة عن العالم الواقعى الذي يتناوله بالدراسة. ويستطيع الباحث الذي يستخدم المنهج الكيفى أن يطور العناصر التحليلية والتصورية للتفسير من البيانات الواقعية ذاتها، بدلاً من أن يبدأ بفئات كمية مفترضة قد لا تكون متصلة مباشرة بالطبيعة النوعية المتميزة للواقع الاجتماعى والإنسانى الذي يدرسه، ويتسم الاتصال المباشر بالواقع الاجتماعى بتحليل عميق للبيانات يتميز بالشمول والقدرة على التشخيص الدقيق للمواقف والاتجاهات والمشاعر والانفعالات والعلاقات الاجتماعية. ولذلك تعد المناهج الكيفية مدخلاً أساسياً بهدف الحصول على معرفة صادقة عن الواقع الاجتماعى، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا بإحداث الألفة التامة بين الباحث والمبحوثين والتوحد مع موضوع الدراسة بهدف كشف العلاقات المتبادلة بين أعضاء المجتمع(٣).

ويعتمد تحديد أهمية البحث الكيفى في الدراسات الاجتماعية على ثلاثة مبادئ هى(٤):

١- فهم المعانى خلال المواقف الاجتماعية للناس والأنشطة التي يمارسونها، وذلك لأن الناس لهم أنشطتهم الخاصة ومهارات تميز كل فرد عن الآخر. ومن هنا يركز العلم الاجتماعى الكيفى على الحياة اليومية ودور الفرد فيها وأهميتها.

٢ - أهمية الدور الذي يأخذه كل فرد أو يسلكه. وقد أهتم «ميد» سنة ١٩٣٤ بدراسة هذه القضية، ومن أهم مقترحاته بصدد دراسة السلوك الانسانى ضرورة الاهتمام بالدور الاجتماعى لكل فرد ومشاركة الباحث في هذه الدراسة لكى يهتم بتسجيل كل شئ عن السلوك الإنسان .

٣ - أهمية تحديد الموضوعات المراد دراستها قبل البدء في الدراسة الفعلية، وقبل تدوين المعايير الخاصة بالدراسة وشروطها وتجريبها وقياسها. وفى الواقع تتحدد قضايا البحث الكيفى من خلال الصياغة الأولى لمشكلة البحث في أجزائها العامة. ويكمن الغرض من دراسة المفاهيم الأساسية التي يكونها الباحث باعتبارها عوامل مساعدة توجه البحث أو قد لا توجهه. ويجب التأكيد أيضاً على أن استخلاص القضايا النظرية يتم على الأقل بطريقة جزئية من المنطقة أو موضوع الدراسة.

وتوجد علاقة وثيقة بين المناهج الكيفية والنظريات الاجتماعية، حيث تهتم النظريات بتفسير السلوك الاجتماعى والعلاقات المتبادلة بين الناس، وكذلك تهتم المناهج الكيفية بفهم الواقع الاجتماعى ومعرفة أبعاده الحقيققية وتحديد الدوافع الموجهه للسلوك. ويمثل المنهج الكيفى أكثر المناهج كفاءة وملائمة في الحصول على نوعية المعلومات التي لا تستطيع إجراءات البحوث الكمية أن تحصل عليها. وتعد النتائج التي تخلص إليها الدراسات الكيفية ذات قيمة عالية من الناحية التطبيقية، وتستخدم عادة عند وضع السياسات أو البرامج الاجتماعية(٥).

نخلص مما سبق إلى أن المنهج الكيفى يعد أساسياً في دراسة الظاهرة الاجتماعية للتعرف على أبعادها المختلفة. ويمكن تعريفه بأنه «أول خطوة للملاحظة التي تهتم بالملازمة التامة للظاهرة خلال دراستها». ويهتم المنهج الكيفى بالوضع الطبيعى للفرد مع التأكيد على سلوك الحياة اليومية، وتعد كل من الملاحظة المشاركة ودراسة الحالة من الوسائل الأولية في الدراسات الأمبريقية الكيفية.

٢ - تطور الاهتمام بالمناهج الكيفية:

تؤكد المصادر التاريخية أن المناهج الكيفية قد مرت بثلاث عصور أو فترات هى(٦):

أ - الفترة الأولى ١٨٩٠- ١٩٣٠:

مع نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين أصبحت القضايا الاجتماعية

تمثل موضوعات للدراسة الأكاديمية، وكانت معظم الأبحاث ذات طبيعة كيفية كما هو واضح في بعض الأعمال الكلاسيكية عند «ماكس فيبر» و «دور كايم» و»جورج زيمل» وآخرون. وقد عرفت التخصصات الأكاديمية، وأنشأت الأقسام العلمية في الجامعات. وحصلت المناهج الكيفية علي أساس صلب متين. وتوجد عوامل أخرى عديدة تؤكد هذه الحقائق أهمها أولاً: لا تزال توجد علاقة قوية تربط العلم الاجتماعى بنمط البحث المستخدم في الفلسفة والانسانيات، وثانياً: أن العلم الاجتماعى ما يزال شاباً ويبحث عن أرضية ومنظورات. وأخيراً فقد أصبح تطبيق المنهج العلمى في العلوم الاجتماعية ليس متطوراً تماماً.

وخلال هذه الفترة بدأت الانثروبولوجيا تؤكد على استخدام البحث الكيفى في دراستها. وبالرغم من اختلاف المناهج السوسيولوجية عن هذا الفرع من العلم، لكن استطاعت الأنثروبولوجيا الحفاظ على استخدام البحث الكيفى في دراستها. ومن أبرز الذين أسهموا في تطوير المناهج الكيفية كل من «مالينوفسكى ١٩٢٢» و»بوس ١٩٤٠» و»راد كليف براون ١٩٥٢» ويعد مالينوفسكى» أول من نادى بضرورة استخدام الملاحظة في دراسة الحياة اليومية. وقد برر استخدام هذا الأسلوب قائلاً: «لكى نضمن موضوعية الرأى ومشاركة الفرد في الحياة، ومعرفة وجهة نظره في العالم الذي يحيط به» وبالرغم من تأكيد «مالينوفسكى» على أهمية استخدام الملاحظة، لكنه اعترف في مذكراته الاخيرة سنة ١٩٨٧ بوجود صعوبات في تطبيقها.

وفى هذه الفترة المبكرة بدأ مجال البحث الكيفى في دراسات علم الاجتماع الأمريكى، وبالتحديد مدرسة شيكاغو بقسم الاجتماع هناك سنة ١٨٩٢. وكان يتكون هذا القسم أنذاك من علم الاجتماع والأنثروبولوجيا. وخلال هذه الفترة المبكرة من هذا القرن برز تأثيرها الكبير- مدرسة شيكاغو- على هذا الفرع من العلم ومن خلال تأثير دراسات كل من وليم توماس وأرنست برجس وروبرت بارك اهتمت الدراسات الأكاديمية بدراسة الحياة الحضرية. وقد تركزت الدراسات المبكرة لمدرسة شيكاغو على جماعات المنحرفين في المدينة مثل دراسة المتشردين والعصابات والمجرمين. وقد اهتمت دراسة «توماس» و»زنانيكى» بالأسباب التي تؤدى إلى هجرة الأفراد إلى المدينة. وقام «لاند» Lynd بدراسة عن أسلوب الحياة في مجتمع مدينة صغيرة. وأخيراً وجدت دراسات تهتم بدراسة حياة المهنيين مثل دراسة «وستلى» Westley سنة ١٩٥١ عن رجال الشرطة و»دالتون» Dalton سنة

١٩٥٩ عن رجال الأعمال و»بيكر» Becker سنة ١٩٥١ عن المدرسين و»هل» Hall سنة ١٩٤٤ عن الأطباء.

وكانت مدرسة شيكاغو هى المنزل لقائمة طويلة من علماء الاجتماع المتميزين. ولكن برزت الإسهامات المتميزة لـ«روبرت بارك» أحد أعضائها، حيث عمل صحفيا لبعض الوقت وانبهر بالإعلام باعتباره مؤسسة حيوية هامة داخل المجتمع. وقد عبر عن ذلك بمؤلف يحمل عنوان التاريخ الطبيعى للصحيفة. وبالرغم من خلو كتابه من البيانات الأمبيريقية في تفسيره لدور الإعلام المطبوع في العملية التاريخية، لكنه جزئياً أبرز اهتمام «بارك» بالصحافة ودورها في المدينة والمجتمع المحلى. وقد برز اهتمامه أيضاً بالإعلام من خلال دراسته عن الصحافة المهاجرة سنة ١٩٢٢، حيث أكد على وظيفة الصحافة في اهتمامها بالمهاجرين الأوربيين.

وقد أكد «بارك» على أهمية استخدام الملاحظة المباشرة، حيث تأثر بمدرسة شيكاغو التي اشتهرت باستخدام الملاحظة المشاركة. وأصبح الكثير من علماء اجتماع مدرسة شيكاغو مرتبطين بدراسات الثقافة. وقد اعتمدت معظم الدراسات المبكرة لمدرسة شيكاغو على التحليلات الوثائقية.

وقد أهتم أعضاء مدرسة شيكاغو بإجراء أبحاث للاتصال عن تأثير الأفلام في الأطفال، وفى نهاية العشرينات كان كل من «هربرت بلومر Herbert Blum-er» و»فيليب هاوزر Philip Hauser» في مجلس أبحاث الصورة المعبرة لبحث العلاقة بين الفيلم والانحراف، ويوضح هذا المثال المظاهر المتعددة لميراث مدرسة شيكاغو. وقد استخدموا في دراستهم المقابلات المتعمقة وتاريخ الحياة باعتبارهما أداتين هامتين في عملية جمع البيانات التي تتم من خلال الملاحظة المشاركة.

ب- الفترة الوسطى (١٩٣٠- ١٩٦٠):

بدأ النقاش حول مناهج البحث في علم الاجتماع مع ازدهار الوضعية- الاتجاه الوضعى- وقد بدأ علماء الاجتماع مع نهاية العشرينات وبداية الثلاثينيات في التحول إلى طرق بحثية مماثلة للعلوم الطبيعية. وكان مبررهم في ذلك هو البحث عن بناء فكرة الموضوعية في الواقع الاجتماعى، في الوقت الذي ذهب فيه معظم أصحاب الفنون والعلوم الأخرى وكذلك العلوم الطبيعية إلى الاهتمام بمفهوم المنظور المتعدد في بحث الواقع. فقد عمل الباحثون في مدرسة شيكاغو وغيرهم على تطوير وسائل

القياس الكمى بهدف الوصول بعلم الاجتماع إلى صفة العلمية. وأخيراً أصبح نموذج البحث الأمبيريقى الوحيد الذي يستخدم التقنين كما هو الحال في العلوم الفيزيقية، وأتت التصميمات التجريبية لتسيطر على التفكير البحثى. وأكدت مناهج البحث السوسيولوجى على استخدام «الموضوعية Obgective» كوسائل فنية في جمع البيانات وتقنين الإجراءات التحليلية.

وفى بداية الثلاثنيات زادت نسبة التأييد للمناهج الكمية. وأصبح أنصارها لهم اليد العليا في الصراع المنهجى السوسيولوجى. وفى الخمسينيات أختفت دراسة الحالة كنموذج للبحث الاجتماعى. وأصبح المسح الاجتماعى هو الطريقة السائدة في العلوم الاجتماعية. وقد لاحظ كل من «بينى Benney» و«هوجز Hughes» أن علم الاجتماع المعاصر أصبح «علم المقابلة». وفى الخمسينيات بلغت الذروة في تأثير كل من النظرية الوضعية ومناهج البحث الكمية في علم الاجتماع. وبدأت النظرة إلى البحث الكمى بأنه الأساس العملى للحقيقة العلمية.

وقد عبرت دراسات شيكاغو خلال هذه الحقبة (١٩٣٠- ١٩٦٠) عن ترددهم بين استخدام الاتجاهات الكمية والكيفية. ويتمثل ذلك في دراستهم للصحافة المحلية. وبالرغم من الجذور الواضحة لاهتمام مدرسة شيكاغو بالمنظورات الكيفية في الدراسات الحضرية، لكنهم استخدموا أيضاً مناهج البحث الكمية بطريقة متسقة، ويتضح ذلك في استخدام طريقة تحليل المضمون.

نخلص مما سبق أن هناك عوامل عديدة ساعدت على انتشار المناهج الكيفية وتطويرها، ومن أهم هذه العوامل.

١- وجود رغبة ملحة في خلق «علم» حقيقى في البحث الاجتماعى يتميز بالإيجابية والنجاح كما هو الحال بالنسبة للعلوم الفيزيقية.
٢- وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية كانت هناك نداءات للقيام ببحث ميدانى يتم فيه دراسة تأثير الاتصال وخصوصاً الدعاية. وكانت هذه الاهتمامات مصحوبة بالاندفاع نحو اعتماد الموارد المالية للبحث العلمى. وتم إنشاء مركز أبحاث جامعة كولومبيا كأحد مراكز أبحاث الاتصال الجماهيرى في الولايات المتحدة.
٣- وبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت الحاجة إلى تطوير البنية التحتية باستخدام المعرفة العلمية الاجتماعية، حيث يمكن تطبيقها في مجالات الصناعة

والتخطيط الاجتماعي والمؤسسات التربوية. وقد شهدت المجتمعات الغربية استخدام الهندسة الاجتماعية في سياستها، وحينئذ أخذ المنظور الوظيفي مكانته. ويعد ذلك أصبح هناك تعاون بين تطبيق السياسة والنظرية الوظيفية، حيث أسهما في خدمة مناهج البحث السوسيولوجي وتقدمها خلال هذه الحقبة.

جـ- المرحلة الأخيرة (١٩٦٠ وحتى الوقت الحالي):

أخذت بعض الدراسات الوظيفية والمناهج السوسيولوجية خلال هذه المرحلة في التنحي بعيداً وذلك خلال الخمسينيات والستينيات. فقد وجهت إليها انتقادات نظرية وسياسية خلال الستينيات. وعلى سبيل المثال حددها «جولدنر» سنة ١٩٧٠ بالأزمة المقبلة في علم الاجتماع، وإزالة الأوهام التي أرتبطت بالوظيفية ومفهوم النظرية الكبرى «Grand Theory» ويرى «جولدنر» أن هذا الفرع من العلم عندما يتجه لدراسة الصراعات الاجتماعية، فيجب أن يبتعد عن النظريات الأكاديمية، ويهتم بالجذور السياسية والاقتصادية والتحيزات العنصرية.

وفي مجال أبحاث الاتصال، كان هناك تحفظ حول استخدام المسح الاجتماعي. وبالرغم من أن «جيتلين» Gitlin لم يفسر أسباب دعوته لاستخدام المنهج الكيفي في أبحاث هذا المجال، لكنه أثبت أن له تأثير محدود في هذا المجال اكتشفه خلال مسح أجراه على نطاق واسع مستخدماً المنهج السوسيولوجي. وفي حقبه تاريخية معاصرة لأبحاث الاتصال لاحظ «دينس» Dennis أن دراسات الإعلام كانت تبحث عن الانسلاخ عن مناهج العلوم الاجتماعية عموماً. وفي نهاية السبعينيات برزت أهمية البحث الكمي، وقد لعبت الأشكال التفسيرية للبحث الاجتماعي دوراً محورياً في هذا التحول.

٣- الاجراءات المنهجية للبحث الكيفي:

كان يرتكز النقد المستمر للبحث الكيفي في الماضي على صعوبته وعدم وضوحه. إذ أن التفسير والوضوح عاملان هاماً لكل دراسة. وربما كانت هناك صعوبه يواجهها الباحثون الكيفيون في جمع بيانات أبحاثهم وتحليلها، لكن بدأت الدراسات المعاصرة تركز على عمليات البحث الكيفي المنظمة وتناقش المشاكل التي تواجه خطوات تطبيقه مع الإشارة أيضاً إلى نماذج من أبحاث الإعلام.

ويفترض البحث الكيفى أن الباحث لا يكتفى بمجرد الحصول على تسجيل سريع للتعبيرات والمظاهر السلوكية الخارجية، ومن ثم يكون التعمق في فهم الموقف الاجتماعى مطلباً ضروريا للبحث. ولذلك تحتوى عملية جمع البيانات في البحث الكيفى على طرق مختلفة مثل المقابلات المتعمقة والتحليل الوثائقى والملاحظة غير المباشرة والمعايشة والاندماج في حياة الجماعات المدروسة، كما يحدث ذلك أيضا في دراسات الحالة التي تجرى داخل منظمات أو مجتمعات محلية محدودة. ويجب على الباحث في استخدامه لأدوات البحث الكيفى ضرورة عمل نوع من الرابطة الشعورية أو الصلة الانسانية أو التعاطف بينه والأفراد أو الجماعات التي يقوم بدراستها. ويستغرف تطبيق أدوات البحث الكيفى فترة طويلة نسبياً من الزمن، فهى تتطلب اندماج الباحث الكيفى إلى التسجيل الوقتى السريع لاستجابات المبحوثين، وإنما يسجل هذه الاستجابات بعد أن يتأكد تماماً من أنها تمثل الواقع الفعلى لحياة هؤلاء المبحوثين(٧).

وعندما يلجأ الباحث إلى استخدام المناهج الكيفية في عملية جمع البيانات، فهو يستند أساساً إلى مواجهات نظرية تساعده على دراسة موضوع بحثه. وقد أسهمت نظرية التفاعلية الرمزية والاتجاه الأنوميثودولوجى وكذلك الاثنوجرافيا في تطوير أدوات البحث الكيفى. وفى الصفحات القادمة نحاول القاء الضوء على مظاهر إسهام النظريات في المناهج الكيفية.

أ – التفاعلية الرمزية:

تعد التفاعلية الرمزية الشكل الذي يعبر عن البحث التفسيرى، ويركز على إعادة التوجيه النظرى والمنهجى في الستينات والسبعينات. وتأسس هذا الاتجاه في كتاب «ميد» عن «العقل والذات والمجتمع» وأكد العديد من العلماء أمثال «كولى» و»توماس» و»ديوى» على أهمية هذا الكتاب في تطوير التفاعلية الرمزية . وقد أسهم «بلومر» أيضاً في هذا التطوير، حيث يرى أن المعنى ينبع من التفاعل في مواقف الحياة اليومية، وكذلك التفاعل مع الآخرين. ومن هنا ركزت مناهج البحث على الخصوصية عند دراسة أفعال الأفراد وعدم تدخل الباحثين، وقد ارتبطت الملاحظة المشاركة بأعمال التفاعليين الرمزيين(٨).

وتعتبر التفاعلية الرمزية هى المحرك الذي يقف وراء التطورات الحديثة التي دخلت على المنهج الكيفى. ومن الخطأ أن نفترض أن المصطلحين مترادفين.

وتوجد مجموعة من أصحاب التفاعلية الرمزية يلجأون إلى استخدام البحث الكيفى من خلال المنظور الوضعى. أما مدرسة «أوهايو» بالولايات المتحدة من أصحاب التفاعلية الرمزية فأنهم يستخدمون البحث المسحى والملاحظة المقننة باعتبارهما وسيلتين أساسيتين في المنهج التجريبى(٩).

وقد برز إسهام التفاعلية الرمزية في تطوير أبحاث الاتصال، حيث أكد «ميد» بأن الفرد والاتصال والمجتمع يتداخلون مع بعضهم بدرجة غير عادية، فنحن نكون أكثر أو أقل إنعداماً للوعى في رؤية ذاتنا غير رؤية الآخرين لنا، وكذلك عندما نضع أنفسنا في مكان الآخرين، ونفعل مثلما يفعل الآخرون(١٠). واهتم أيضا «تشارلز كولى» بقضية «الرأى العام» حيث ذهب إلى القول بأن النظام الاجتماعى يميل إلى تكوين شكل العقل العام والذى لا يختلف في طبيعته عن الرأى العام. فاللغة والحكومة والمسجد والقوانين والعادات والأسرة والتعليم والصناعة بمختلف أشكالها، كلها نظم تعمل على تشكيل الرأى العام. ويرى «كولى» أن الرأى العام لم يكن مجرد تجميع لأحكام فردية مختلفة، لكنه تنظيم وسلوك تعاونى يتم من خلاله الاتصال والتأثير المتبادل والمشترك. وليس من الضرورى في الرأى العام أن يكون تم اتفاق، وإنما المهم هو امتداد وثبات الأفكار الناتجه عن الانتباه والمناقشة(١١).

ب- الأثنومثيودولوجيا:

تعتبر الاثنوميثودولوجيا الشكل من أشكال البحث التفسيرى، حيث تبحث في تحديد القواعد التي يتبعها الناس من أجل الوصول إلى الهدف المطلوب. وقد عرفها «جارفينيكل» بأنها «شكل للتحليلات السوسيولوجية الواقعية» والاثنوميثودولوجيا تعتبر بمثابة نشاط للحياة اليومية. وتوجد علاقة بينها والمؤسسات الاجتماعية بهدف الوصول إلى الفهم التفسيرى للمؤسسات الأخرى، وتتم هذه العمليات في الواقع الاجتماعى، وقد وصفت دراسات الإعلام أنها تعامد في أجزائها على هذا المنظور، حيث استخدمه كل من «مولتوش» Molotch و»ليستر» Lester، حيث قاما بدراسة الأخبار باعتبارها سلوك مقصود. وقام أيضا «تيشمان» Tuchman بإجراء بحث على المؤسسات الصحفية، وكذلك أكدت دراسة «لاندمارك» Land Mark على أهمية البحث التفسيرى في دراسة الإعلام. وأشار إلى إمكانية استخدام التفاعلية الرمزية والإثنوميثودولوجيا فيه. وقد أجرى

«لايول» Lull دراسة عن الاستخدامات الاجتماعية للتليفزيون وتساءل فيها عن دور الإعلام وخصوصاً التليفزيون، حيث تستخدمع الأسر والوحدات الاجتماعية وتتفاعل معه بطريقة اعتيادية. وقد استخدم «لايول» الملاحظة المشاركة والمقابلة كأدوات بحثية في دراسته، وكان يهدف إلى التعرف على أنماط التفاعل والاتصال القائمة في حياة الإنسان الطبيعية بالمنظل. ويعد هذا العمل واحداً من دراسات عديدة معاصرة تستخدم الاثنوجرافيا في دراسات الاتصال الجماهيري[١٢].

جـ الاثنوجرافيا Ethnography:

نشأت الأثنوجرافيا كفرع من الانثروبولوجيا، وتطبق اليوم الاثنوجرافيا في فروع أخرى من العلوم الاجتماعية، بالإضافة إلى أنها تستخدم في مجالات عديدة متنوعة في الانثروبولوجيا. وبالرغم من هذا التنوع، لكن يبدو أن معظم الأنثروبولوجيين يتفقون على ثلاثة مبادئ أسياسية هي[١٣].

١- يهتم البحث الاثنوجرافى بدراسة الأشكال الثقافية بالمفهوم الواسع للمصطلح، حيث يشتمل على الحياة اليومية والفنون.
٢- تعبر الدراسات الاثنوجرافية عموماً عن حاجتها إلى استخدام الملاحظة المشاركة لمدة طويلة مع قيام الباحثين يعمل مسح اجتماعى كوسيلة أولية في البحث.
٣- استخدام طرق متعددة في جمع البيانات للتأكد من نتائج استخدام الملاحظة.

وتوجد العديد من الدراسات الاتصال التي تهتم باستخدام الاتجاه الاثنوجرافى، ومن أهمها دراسة «لايول» سنة ١٩٨٨ الذي خصص جزءا منها في التركيز على مشاهدة الأسرة للتليفزيون في ثقافات مختلفة. وقد واجهته إحدى المشكلات في بحثه وهى عدم وضوح مصطلح «الأثنوجرافيا» وقد اشتكى «لايول» نفسه من هذه المشكلة، وانتقد الدرسات الثقافية التي تركز على جمهور الوسيلة. وأصبح مصطلح «الأثنوجرافيا»لفظ يساء استعماله في مجالنا.

وقد اهتم أحد الباحثين ويدعى «باربار Braber بثلاث دراسات اثنوجرافيه عن النساء والثقافة الشعبية، وتوصل إلى المضمون نفسه الذي يؤكد على أن دراسه الأثنوجرافيا تعتبر جزءا من الانثروبولوجيا. واهتم «بربار» أيضاً بتحليلات

«هوبسون» Hobson لبعض روايات الأوبرا البريطانية- أوبرا مفترق الطرق- ودراسة عن متابعة الإناث للسينما الرومانسية، وبحث عن مشاهدى الأوبرا. وتعتبر هذه الدراسات محددة لأنها تناقش الاثنوجرافيا الأنثروبولوجية من خلال مركزية مفهوم الثقافة واستخدام الملاحظة المشاركة(١٤).

أدوات مساعدة في التحليل:

تتمثل الأدوات المساعدة في التحليل بالنسبة للمنهج الكيفى في المبادئ المختلفة التي تنهض عليها البحوث الميدانية ومنظورات الممارسة. ومن الاسهامات المعاصرة الهامة كتابات «ميلز» و«هابيرماس» سنة ١٩٨٤. فقد كتبا عن «تحليل البيانات الكيفية» و«مصادر المناهج الجديدة» وقدما في مجلديهما أمثلة عن كيفية تنظيم ثلاث مظاهر في التحليل هى اختزال البيانات وعرضها ووصف الاستنتاجات. وتشير عملية «اختزال البيانات Data Reduction إلى عمليات اختيار البيانات وتصنيفها ونقل المعلومات التي تم جمعها من الميدان سواء بالملاحظة أو من خلال المقابلة. وتشير عملية عرض البيانات إلى طرق مختلفة تهدف إلى إعادة ترتيب البيانات في شكل مواد وصور وخرائط. أما وصف الاستنتاجات، فلا يمكن أن نعتبرها مثل الأدوات المساعدة، ولكنها تعد عاملاً اساسياً في التحليل والتفسير(١٥).

وقد اكتشف في الأيام الأخيرة أداة مساعدة أخرى في تحليل البيانات الكيفية وهى «الكمبيوتر» ويرى «دنيزن» Denzin أن تحليل الكمبيوتر وما يتمتع به من سرعة فائقة في إدخال البيانات قد أصبح بديلاً عن الخيال السوسيولوجى. وذهب بعض الأراء إلى أن استخدام الكمبيوتر في التحليلات الكيفية يقلل الوقت والجهد. ومنذ أن نشرت مجلة «علم الاجتماع الكيفى» Qualitativ Sociology عن استخدام الكمبيوتر في البحث الكيفى سنة ١٩٨٤، ومنذ ذلك التاريخ اهتم العديد من الكتاب بتوجيه الاهتمام ناحية هذا الموضوع. وقد كتب عنه «جرايو» Graauw سنة ١٩٨٦ و«بيترز» Peters و«ويستر Wester سنة ١٩٨٨، وتيش Tesch سنة ١٩٩٠. وبالرغم من اهتمام العديد من الباحثين باستخدام الكمبيوتر في تحليل المناهج الكيفية، لكن وجدت وجهات نظر تحفظت على استخدامه وأكدت على أهمية التفاعل الاجتماعى بين الباحث والمبحوث وضرورة استخدام الخيال السوسيولوجى من قبل الباحث في معالجة الظواهر الاجتماعية(١٦).

ثانياً- المناهج الكمية في دراسة الاتصال الجماهيرى:

١- تطور الاهتمام بالبحوث الكمية:

اتبع البحث الإعلام مراحل تطور المناهج السوسيولوجية السائدة في العلوم الاجتماعية. وخلال المراحل المبكرة من هذا القرن كانت الدراسات الإعلامية ذات طابع كيفى بطبيعتها، وتهتم أساساً بالقضايا التاريخية والاخلاقية والتشريعية. وقد بدأت مسوح القراءة تأخذ طريقها مع ظهور الطباعة في الثلاثينيات. وقد لوحظ أن الاهتمام بالبحث الكمى قد أرتفع مكانته خلال الاربعينيات والخمسينيات. وفى سنة ١٩٥٧ نشر «ولبورشرام» مقالة عن مناهج البحث لدراسات منشورة في دورية Journalism Quarterly في الفترة بين منتصف الثلاثينيات ومنتصف الخمسينات. وقد وجد أن ١٠/ فقط من هذه المقالات كانت في الفترة من ١٩٣٧- ١٩٤٢، واعتمدت أساساً على البيانات الكمية. وفى الفترة من ١٩٥٢- ١٩٥٦ كانت غالباً نصف المقالات المنشورة يمكن تصنيفها بأنها أبحاث كمية[١٧].

وقد قام كل من «فولكينر» Faulkner و «سبكتور»Spector بإجراء دراسة مقارنة عن سياسة النشر في خمس دوريات سوسيولوجية كبير في الفترة من ١٩٧٣- ١٩٧٨، كانت أثنتين منها يحمل عنوان «American Sociological Review» و"American Journal of Sociology» وفى هاتين المجلتين وجد أن أقل من ١٠٪ من المقالات المنشورة يندرج ضمن البحث الكيفى. وهذا يشير إلى أن الاتجاه الكمى ظل مسيطراً خلال هذه السنوات ولكن حدث التحول إلى الاتجاه الكيفى مع نمو الاتجاهات النظرية وزيادة الاهتمام بالدراسات الأمبريقية، وتبع ذلك ظهور دوريات جديدة في هذا المجال، اهتمت بعلم الاجتماع التفسيرى مثل مجلة «الحياة الحضرية» Unbar Life والتفاعلية الرمزية وعلم الاجتماع الكيفى Quali-titativc Sociology[١٨].

وفى مجال الاتصال الجماهيرى بدأ الاهتمام بتأسيس مجلات مثل «Journal of Communication» و «Media، Culture and Society» و «critical Stud-ies in Mass in Communication» وقد لوحظ خلو هذه المجلات من الدراسات الكيفية. ومن هنا يمكن القول بأنه لم يكن هناك أى اهتمام ملحوظ بالبحث الكيفى في الماضى. ويرجع ذلك إلى تميز المنظور الوضعى خلال هذه الفترة. وقد بدا ذلك

واضحاً في مقدمة كتاب لأحد المؤلفين المهتمين بدراسة الحقائق الموضوعية: «لكى تكون علمياً في أبحاث الاتصال، يجب أن تستخدم بالطبع البحث الكمى». أما الاعتراضات المعاصرة على استخدام المنهج الكمى فقد وردت في كتب عديدة من مناهج البحث . وخصص كل من «ستمبل» Stemple و»ستلى» Westley سنة ١٩٨١ في مؤلفهما ثلاثة فصول خصصت لمناهج البحث الكيفى. واهتم أيضا «ماكويل» Mcquail سنة ١٩٨٧ بأهمية استخدام المناهج الكيفية. وعلاوة على ذلك ذهب «أندرسون» Anderson سن ١٩٨٧ أبعد من ذلك في كتابه الجديد عن المناهج، حيث خصص نصفه عن المناهج الكيفية[١٩].

ومن هنا يمكن القول أن هناك آراء تناصر وتدعم استخدام المناهج الكيفية في أبحاث الاتصال الجماهيرى بجانب المناهج الكمية التي كانت لها السبق في هذا المجال. وربما كانت دراسات تحليل المضمون من الأسباب التي دعمت استخدام المناهج الكمية في أبحاث الإعلام خلال الفترات السابقة. ولذلك سوف نحاول القاء الضوء على هذا النوع من البحوث، والتعرف على اجراءاته المنهجية.

٢- بحوث تحليل المضمون:

ترجع البديات الأولى لاستخدامات تحليل المضمون إلى الدراسات التصنيفية والتحليلية في مجالات الصحافة والأدب. ومع بداية ثلاثينيات القرن العشرين اهتم بعض الباحثين في مجال علم الاجتماع به. فقد استخدم «بيترم سروكين» .P Sorokin تحليل المضمون في دراسة «الدنياميات الاجتماعية والثقافية»واستخدامه أيضا «هارولد لازويل» H. Lasswell في دراسة الرأى العام والدعاية. أما «بيرلسون» B. Berelson فقد قام سنى ١٩٥٢بدراسة مسحية نقدية لبعض تطبيقات تحليل المضمون. وقدم تعريفاً له يكاد يكون أكثر تعريفات هذا الأسلوب قبولاً بين المهتمين بالبحث الاجتماعى والإعلامى. ويعرفه بأنه «أسلوب في البحث يهدف إلى الوصف الكمى الموضوعى المنظم للمضمون الظاهر أو الواضح للاتصال»[٢٠].

ونظراً للدراسات العديدة التي اهتمت بتعريف تحليل المضمون وإجراائته المنهجية. فسوف نبتعد عن مناقشة هذه القضايا النظرية. ونحاول التركيز على تحليل المضمون من خلال دراسة تطبيقية أعدها كاتب هذه السطور في رسالة ماجستير بعنوان الصحافة المصرية وتشكيل الوعى الاجتماعى- دراسة في تحليل المضمون. ونحاول القاء الضوء على الإطار النظرى الموجه للدراسة، ثم ننتقل إلى

عرض الاستراتيجية المنهجية، حيث نتعرف على عينه الدراسة والمجال الزمنى لها وجمع البيانات وإجراءات تحليل المضمون. ويهدف هذا العرض للوقوف على مدى إمكانية تطبيقه في الدراسات الإعلامية والتعرف على الصعوبات التي تواجه الباحثين في هذا المجال.

أ - الإطار النظري للدراسة

إذا رجعنا إلى الوراء قليلاً، ونظرنا إلى قواعد الاتصال في المجتمع، فإننا نجد أن الاتصال الجماهيرى يمكن أن يسهم بدور هام في مجالات السياسة الاجتماعية والاقتصادية والتربوية. وتتمثل المهمة الأساسية لأى مجتمع ديمقراطى في ممارسة حرية الصحافة التي تعد من أقوى المؤثرات في المجتمع، ويتكون الرأى العام من خلالها. كما تعد أحد المؤسسات المهيمنة على النظام التشريعى في الدولة. بالإضافة إلى أن الصحافة تقوم بدور مؤثر في رفع الظلم من خلال ممارسة الضغوط بهدف إصلاح القوانين. إذ تكشف الصحف عن فساد السياسيين ونفاقهم، وتكشف عن تجردهم من المبادئ الخلقية أثناء ممارستهم لأنشطتهم التجارية الواسعة التي غالباً ما تدفعهم إلى الشراء في المجتمع. وأخيراً تستخدم الصحافة في توعية الأفراد المستهلكين في المجتمع وحمايتهم من خلال تعريفهم بوسائل الانتاج والاتفاقيات العامة(٢١).

ويستدل مما سبق أن الصحافة يلقى عليها بدور هام في توعية الناس. ولقد قامت الصحافة المصرية بهذا الدور خلال فترات تاريخية معينة، كما قامت بكشف الحقائق ومساندة الشعب في مقاومة الاستعمار ونشر الثقافة والحضارة وبعث الأمة ومساندة نضالها. ويعد هذا هو الوجه المضئ وفى تاريخ الصحافة المصرية، إلا ان هناك الوجه الأخر المظلم، حيث تعرض الرأى العام المصرى إلى بعض عمليات التزييف.

ويرجع اهتمام الصحافة المصرية بتشكيل الوعى إلى صحيفة »وادى النيل»- أقدم صحيفة سياسية سنة ١٨٦٧- ومجلة «روضة المدارس» التي أنشأها على مبارك سنة ١٨٧٠، واشترك في تحريرها طائفة من أعلام الثقافة والأدب في مصر. وعهد بتحريرها إلى «رفاعة الطهطاوى» الذي كتب في افتتاحية أول عدد أن المجلة ستكون أداة لنشر الرسالة الثقافية لديوان المدارس المصرية، وهى تعميم العلوم ونشر الفنون ومداولتها بين جميع أبناء الوطن (٢٢).

وبرز الدور الرائد للصحافة المصرية في التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى إبان فترة الاستعمار الإنجليزى لمصر. فقد كان للاستعمار في مصر صحف تؤيده وتدعو له وتدافع عن بقائه، لكن كانت هناك صحف أخرى تعارضه وتنادى بالجلاء وتهاجم كل من يدافع عن الاستعمار الإنجليزى لمصر. وخلال هذه الفترة تعددت التيارات والاتجاهات السياسية، واحتدمت المساجلات الفكرية حول كافة القضايا. وقد أشاد «اللورد كرومر» الحاكم الانجليزى على مصر خلال هذه الفترة بحرية الصحافة ونضوج الرأى العام المصرى. ولقد ترك للصحف حرية انتقاد الانجليز ومهاجمتهم رغم أنه كان الحاكم الفعلى والقوى في مصر. ويذهب بعض الكتاب إلى أن الصحافة في مصر نالت في عهد الاحتلال حرية لم تعرف في شمال أفريقيا أو غرب آسيا، علاوة على ذلك أهمل «اللورد كرومر» العمل بقانون المطبوعات لعام ١٨٨١ إلى حد كبير. وفى مقابل النظرة السابقة أخذ بعض الباحثين عليه أنه لم يكن مخلصاً في توفير الحرية المطلقة للصحف المصرية، ولكنه كان يرى أن ذلك يوفر له عنصر الأمان، وليس نابعاً من إيمان وتمسك بحرية الكلمة والتعبير. كما يأخذون عليه عدم ترك الصحف والصحفيون يخضون معركة التنافس الحر دون تدخل السلطة. وقد أجمعت الأبحاث التي تناولت تاريخ الصحافة المصرية في هذه الفترة على أن «كرومر» كان يقدم المساعدات المادية والأدبية إلى الصحف التي تؤيد السياسة البريطانية وتدعم الاحتلال الانجليزى لمصر. وتأتى على رأسها صحيفة المقطم(٢٣).

وفى الوقت الذي مارست فيه بعض الصحف المصرية دوراً غير وطنى مثل صحيفة المقطم، ظهرت صحف أخرى وطنية تعارض الاحتلال وتقاومه، وكان أبرزها صحيفه «المؤيد» سنة ١٨٩٢. فهى صحيفة مشهود لها بمواقفها الوطنية المتعددة فقد هاجم الشيخ على يوسف صاحب هذه الجريدة- الحكومة لتفضيلها الأجانب على الوطنيين في وظائف الحكومة وقد عوقبت «المؤيد» على نشر هذا الهجوم ومن الصحف التي كان لها موقف وطني ومناهض للاحتلال الانجليزى لمصر هى صحيفة «اللواء» وفى إبريل سنة ١٩٠١ أخذت تنبه المصريين إلى ضرورة احترامهم لأنفسهم أمام الأجانب، وعدم الخضوع لهم أو الاستسلام لرغباتهم واستغل «اللواء» حادث دنشواى للتنديد بكثرة الأجانب في مصر واستفزازهم للمصريين، واتهمهم بمحاولة السيطرة على جميع جوانب الحياة الاقتصادية في مصر(٢٤).

وبعد أن عرضنا الوجه المضيء المشرق للصحافة المصرية، وتعرفنا على نماذج منها في عملية تشكيل الوعى، فيوجد وجه آخر معتم، حيث تعرض المواطن المصرى لعملية تزييف خطيرة مارسها بعض الصحفيين، وساهمت فيها القوانين واللوائح الحكومية الخاصة بإصدار وممارسة الصحافة لدورها القيادى. فقد تعددت القيود التي فرضتها الحكومات على الصحف مثل القيود السياسية والاقتصادية متمثلة في إصدار التراخيص والرقابة والمحاكمات والأموال السرية والضرائب.

ولم تقتصر عملية تزييف الوعى على ما وضعته الحكومة المصرية- على مدار التاريخ- من قيود وقوانين تحد من حرية الصحافة وتساعد على انتشار تزييف الوعى. فقد كانت الصحافة المصرية خربة من الداخل. وكانت غالبية الصحف المصرية في السنوات الأولى للاحتلال الانجليزى منقسمة إلى معسكرين، إحداهما يدعو لانجلترا ويطالب باستمرار احتلالها لمصر، وكان على رأس هذا المعسكر صحيفة» المقطم». أما المعسكر الثانى فيدعو لفرنسا، ويطالب بإخراج الانجليز من البلاد لصالح فرنسا. ولم يقتصر الأمر على الصحف، بل امتد ليشمل الصحفيين أيضاً. ويعد «أحمد لطفى السيد» الكاتب المصرى الوحيد الذي لم يهاجم عملية النزوح الأجنبى إلى مصر، كتب يطالب باعتبار هؤلاء الأجانب مصريين، وإعطائهم كل حقوق المصريين في وطنهم(٢٥).

وعندما تخلصت مصر من الاحتلال الأجنبى، ظن الجميع بالصحافة المصرية خيرا تجاه عملية تشكيل الوعى، إلا أن كل الدلائل أثبتت خيبة هذه الظنون. ويؤكد ذلك نتائج الدراسة التي أجراها الدكتور عبد الباسط عبد المعطى في تحليله لمضمون عينه من صحيفة الأخبار المصرية. فوجد بالنسبة للمساحة التحريرية أنه ليس هناك جهد حقيقى يقع على المحررين ورؤسائهم، لأن الجهد الحقيقى يقع على عمال الطباعة. وتعد محتويات الجريدة مادة جاهزة، فهى إعلانات أو أخبار جاهزة يسعى إلى جمعها المحررون الصغار. ووجد أن الطابع الغالب على الجريدة هو وجود نسبة كبيرة من الإعلانات، حيث يوجد ٨،٥٪ من مساحة الجريدة يمثل اعلانات وفيات و٣٦،٥٪ إعلانات عامة معظمها تتبع القطاع الخاص، و٤،٩٪ إعلانات فنية و٣٪ إعلانات برامج الإذاعة والتليفزيون. ويستنتج من عرض هذه الأرقام أن الصحيفة تفكر بعقلية الصحف التجارية، وتبتعد عن إحداث نوعية سليمة أو تنمية ثقافية. ووجد أيضاً أن الصحيفة تركز في أخبارها على نشاط الحكومة ثم

أخبار نجوم الفن والكرة. وقد مثلث أخبار الحكومة والنجوم والناس بنسبه ٣٨،٧٪ من المساحة التحريرية، ومثلت أخبار الرياضة بنسبة ٣،٥٪ و١٠٪ رأى ليس لأحد من الجريدة، ولكن من المواطنيين باستثناء الأعمدة اليومية(٢٦).

ونستنتج من نتائج الدراسة السابقة أن الصحافة المصرية متمثلة في الصحافة القومية قد اقتصر دورها خلال السبعينات- فترة التحليل- على نشر أخبار الحكومة وتدعيم آراء الحاكم واتجاهاته وغاب الدور النقدى الجاد الذي تزعمته هذه الصحافة في فترة تاريخية سابقة. وأصبحت مهنة الصحافة تجارية بحته يسعى القائمون عليها وراء الربح ورضا الحكومة. في الصحفات القادمة نحاول عرض الوجهات النظرية لقضايا تحليل المضمون خلال فترات الدراسة.

القضايا النظرية الموجهة لتحليل المضمون:

١- إن وجود الافراد هو الذي يحدد وعيهم وليس وعى الأفراد هو الذي يحدد وجودهم، بمعنى أن الواقع يلعب دوراً هاماً في تكوين وعى الإنسان، وتلعب الظروف المادية دوراً أساسياً في تحديد أفكار الفرد ومعتقداته، وأن نتاج الأفكار والوعى مرتبط بصورة مباشرة ووثيقة بالنشاط المادى، فالتعامل المادى للبشر، هو لغة الحياة الواقعية. وتبدو التصورات والأفكار، والتبادل الفكرى بين البشر بمثابة تعبير مباشر عن المحتوى المادى لهذا الفكر. وينطبق الأمر نفسه على الانتاج الفكرى الذي تعبر عنه لغة السياسة والقانون، والأخلاق والميتافيزيقيا لشعب بكامله.

٢- تعد أفكار الطبقة الحاكمة في كل عصر هى الأفكار السائدة والطبقة المسيطرة على القوى المادية في المجتمع هى في الوقت نفسه المسيطرة على قوى الانتاج الذهنى، فمن له الحق في إدارة وسائل الإنتاج المادى، يتحكم أيضا في وسائل الإنتاج الذهنى. وتتحكم الطبقة المسيطرة في المفكرين باعتبارهم منتجين أفكارهم، ومتحكمين في انتاجها وتوزيعها، وبالتالى تكون أفكارهم هى السائدة والمسيطرة على مر العصور. ويظهر بالطبقة المسيطرة مفكرون يقدمون أيديولوجيات تكون مصدراً لتضليل الطبقة عن ذاتها، بينما يكون الأفراد الآخرون أكثر تجاهلاً، وأكثر قابلية لهذه الأفكار والأوهام وتسعى الأيديولوجيات التي تعتنقها الطبقات الحاكمة والمسيطرة في المجتمع إلى تبرير الوضع الراهن والحفاظ عليه. ويشاع استخدام

الأيديولوجية بكثرة كوسيلة لتبرير وتدعيم الحاكم حكمه، لكن تنتهى سيطرة هذه المبادى الأيديولوجية بنهاية حكم الحاكم.

٣- تؤكد الدراسة على أن الأيديولوجية بمثابة وعى ذاتى للطبقة العاملة، وتؤدى وظائف عديدة، فهى تهتم بترسيخ مبادئ القيادة الجماعية، والروابط بين أعضاء الطبقة العاملة. وبمعنى آخر تعبر الأيديولوجية عن المصالح الطبقية، وتدافع عنها وتسعى أيديولوجيا الطبقة العاملة إلى الاهتمام بتطوير وعيها الطبقى، ومنظماتها المستقلة، ويأتى ذلك من خلال ممارسة عمليات التنظيم السياسى، والاتحادات العمالية، والاتحادات التجارية، والأحزاب السياسية وتركز أيديولوجية الطبقة العاملة على رفض الاتجاهات السائدة في التطور الاجتماعى، وخلق مجموعة من القيم والمبادئ الإيجابية، ورفض أى وظيفة قمعية للتكنولوجيا.

٤- يتمثل التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى في الاهتمام بدور الأفكار في تغيير الواقع الفعلى للظاهرة الخارجية، ومحاولة خلق وحدة أيديولوجية بين الصفوة والجماهير، وبين المثقفين والجماهير. ويهدف الوعى الاجتماعى إلى تحرير الانسان، أو تحرير المجتمع، ويعتبر نقد الحياة اليومية هو اللب الأساسى في عملية تشكيل الوعى. ويجب أيضاً نقد التفسيرات والتبريرات للتنظيمات الاجتماعية القائمة من خلال مفاهيم نقدية. ويضع بلاكبرون عدة أمثلة توضح ذلك مثل «الرأسمالية» و«الاستغلال» والتناقض» و«الاغتراب»، واستبدال هذه المصطلحات «بالمجتمع الصناعى» و«اختلال التوازن في المعاملات التبادلية» و«المعوقات الوظيفية» ويذهب بلاكبورن أن مثل هذه المحاولات تؤدى حتما إلى تجهيل الوعى الاجتماعى، والخيال النقدى، وتحطيم مقولة التغيير الجذرى. ويبرر بلاكبورن صدق كلامه بتزايد استخدام مصطلحات التكنولوجيا والتصنيع أكثر من استخدام مصطلحات الاستعمار الجديد والاستغلال.

٥- ترتب على انتشار التكنولوجيا ونقلها من المجتمعات المتقدمة إلى المجتمعات النامية أن تعاظمت وسائل تزييف الوعى. وبعد أن كان مطلب الطبقات الكادحة السعى نحو التغيير، ورفض النظام، أصبح مطلبهم الأساسى هو تسيير المشاريع، لا تغيير النظام. وتلعب ثقافة المجتمع التكنولوجى دوراً هاماً في تزويد الفرد بضمير مرتاح سعيد، أى أحادى البعد. وفى مجال اللغة مثلاً، نجد أنها تستبعد من تراكيبها ومفرداتها كل الأفكار والمفاهيم النقدية. فهى لغة سلوكية،

بلا تاريخ، بلا أبعاد، لغة منغلقة على ذاتها، يقوم بصناعتها محترفو السياسة والرأى العام. فالمجتمع الصناعى لم يزيف حاجات الإنسان المادية فقط، بل زيف أيضاً حاجاته الفكرية، وفكره بالذات. وتعمل وسائل الإعلام على فرض مواقف وعادات معينه، حيث تعمل المنتجات الفكرية على خلق تكيف الناس مذهبياً، وتصطنع وعياً مزيفاً عديم الاحساس بما فيه من زيف، وعنما تملك طبقة من الطبقات هذه المنتجات، تفرض قيما معينه بمساعدة الإعلان والدعاية، ويكتسب الإنسان مناعة ضد كل تغيير نوعى، وهكذا يتكون الفكر والسلوك الأحادى البعد، ويتخذ الفرد موقفاً إيجابياً من الوضع السائد، ويستسلم فكره لكل ما هو موجود.

٦- تلعب الدولة متمثلة في أيديولوجيتها السياسية دوراً أساسياً في تزييف وعى المواطنين، فالدولة من خلال قوتها، قادرة على صياغة بناء تشريعى، واقتصادى، وتعبئة أصوات المواطنين، وتمارس وظيفتها في وضع السياسات القومية التي قد تتعارض مع مصالح جموع المواطنين، حيث تقوم الدولة بخدمة المصالح الاقتصادية للطبقة التي بحوزتها القوة الكافية للتحكم فيها من أجل أغراضها.

٧- نظراً لخطورة وسائل الإعلام في المجتمع المصرى، لذا فبامكانها أن تحدث وعياً بالواقع قاصراً ومحدوداً، يصعب التعامل معه من وجهة نظر مستقبلية، ويأتى ذلك من خلال نوعية المعلومات، وطريقة عرضها. ولقد زاد من خطورة أجهزة الإعلام، أنها تقوم بخلق سوق عالمية قومية للإنتاج المادى، وهى مسخرة للتأثير في أذهان الناس. فقد أغرقت الفرد بطوفان من المعلومات، والفرضيات المغلوطة، هدفت إلى تجميد الوضع على ما هو عليه. ويمكن القول بأن وسائل الإعلام أصبحت عاملاً أساسياً في اغتراب الفرد عن صميم الحياة الانسانية. وأصبح الناس أسرى الخداع الفكرى الذي تقدمه هذه الوسائل، والاستغلال الاقتصادى الذي تفرضه الأسواق.

٨- من أهم المؤثرات التي تحدثها وسائل الإعلام فرض قيم ومعايير الطبقات المتوسطة على الطبقات الدنيا من خلال مضمون ما تقدمه هذه الوسائل. وتمارس وسائل الاعلام تأثيرا بالغ الفعالية في خلق رأى عام فيما يتعلق بالقضايا الجديدة. فالإعلام يهاجم «تربه غير محصنه» والمقصود بهذه تلك التي لا يملك الفرد حيالها رأيا محدداً، ويجهلها أصدقاؤه وزملاؤه.

٩- شكلت المؤسسة الإعلامية كأداة أيديولوجية دوراً هاماً في تشكيل الوعى الاجتماعى بالمقارنة بالدور الذي تلعبه المؤسسات الأخرى، وتأتى أهمية هذا الدور من خلال تحكم الدولة في هذا الجهاز الخطير حيث تمارس فيه نفوذها وسيطرتها لخدمة مصالح طبقات معينه في المجتمع. وتبدو خطورة الدور الأيديولوجى لوسائل الاعلام من خلال إمكانيتها المتعددة في التأثير في كل جوانب السلوك، فهى تقوم برسم صورة ذهنية لدى الأفراد عن الدول والمواقف والاحداث، فتؤثر بالتالى في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور، والطريقة التي يفكرون بها، وبمعنى آخر، تظهر وسائل الإعلام، وهى تقوم بدور قمعى، يتمثل في تسيير آراء وأفكار أصحاب السلطة السياسية والاقتصادية، وما على المواطنين إلا أن يستقبلوا هذه الآراء والأفكارو يستوعبوها دون تمييز أو مقارنة بغيرها. وتعتبر الصحافة أول وأعظم مثال واضح في الدور الأيديولوجى الذي تقوم به في الحياة الثقافية، فتوجد صحف توظف لنقل فكر حزب معين، أو تعبر عن مصلحة، أو تنقد السلطة، أو تدافع عنها بهدؤ وهكذا..

١٠- تعد ملكية الصحافة المصرية عاملاً هاماً في التأثير في تشكيل الوعى الاجتماعى. وتوجد علاقة متبادلة بين ملكية الصحافة وحريتها من جانب وعملية التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى، إلا أن الحرية التي نعنى بها هى حرية الفكر والنشر والرأى، والرأى الأخر، والالتزام بمعايير التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى من خلال المبادئ والأسس التي تقوم عليها المواثيق الرسمية. وترتبط ملكية الصحيفة بالمادة المنشورة، والأهداف التي تسعى إليها، فإذا كانت الصحيفة مملوكة للدولة كما هو الوضع بالنسبة للصحافة القومية، فتستطيع توجيه الآراء والأفكار في الصخيفة تبعاً لمصلحتها وأهدافها.

١١- يلعب التوجيه الأيديولوجى للقائمين على وسائل الإعلام دوراً أساسياً في تشكيل وعى المواطنين. ففى الصحافة المصرية مثلاً، وجدناً تباياً في آرائها وأفكارها وسياستها التحريرية، بل الأشخاص القائمين عليها. فقد ظل التوجيه الأيديولوجى للاشتراكية فترة طويلة من الزمن أثناء حكم عبد الناصر، وبموته بدأ الاهتمام بتبنى أيديولوجيه مغايرة للأيديولوجيه الاشتراكية، حيث بدأت سياسة الانفتاح على الغرب، وتبنى الأفكار والنظريات الرأسمالية. وقد ظهر ذلك في الصحافة المصرية بالنسبة لأيديولوجية القائمين على إدارة هذه الصحف، ونوعية

المقالات والأفكار بالصحيفة، بل والأكثر من ذلك تغيير فكر هؤلاء الصحفيين بتغيير القادة.

١٣- تؤدى الصحافة دوراً هاما في عملية التنمية، فيكمنها المساهمة في تقديم المعلومات الصحيحة للمواطنين كما وكيفا. وتستطيع أن توسع آفاقهم، وإداركهم للأمور. ويمكنها خلق مناخ فكرى يدفع الناس إلى أن يعيدوا النظر في أحوالهم القائمة، وشكل مستقبلهم، وتناهم عن الاستسلام للوضع القائم والرضا بما هو موجود من أوضاع سيئة، والقول بأنه ليس في الامكان أبدع مما كان. وتستطيع الصحافة أن تغرس في نفوس المواطنين الرغبة في التغيير وزيادة الآمال، وتشجيع الناس على المساهمة ونقل صوتها إلى القيادة السياسية. ويمكن لوسائل الإلام ومن بينها الصحافة أن تخلق لدى المواطنين وعياً بترشيد الاستهلاك والكفاية الذاتية.

ومن خلال عرض هذه الأدوار المنوطة بها الصحافة المصرية، نتساءل، هل استطاعت الصحافة المصرية القيام بهذه الأدوار الإيجابية؟ أم أنها غرست في نفوس المواطنين الاستسلام والانهزامية، والشعور باليأس، وشغل الناس في القضايا السياسية الجدلية التي لا طائل من ورائها سوى شغل الناس عن قضاياهم المصيرية؟

١٣- هناك اتهامات عديدة موجهه للصحافة المصرية في عهد عبد الناصر، وتؤكد هذه الاتهامات شواهد واقعية، مثلا هناك اتهام بأن الدولة فرضت رقابة صارمة على حرية الصحافة، فكانت الرقابة تسيطر على المواد الصحفية بهدف تحقيق أغراض الحاكم وحمايته من النقد. وكذلك تشكيل وعى القارئ، وإعداد الرأى العام بالشكل الذي يتضمن تقبل وخضوع الشعب للحاكم. فكانت الرقابة تمنع المواد المعارضة لاتجاه الحاكم ورأية وفرض نشر أخبار وتوجيهات تخدم سياسة الحاكم، وتمهد لقراراته، وتبرر تصرفاته. وانتشر النفاق السياسى، وسادات السطحية في التفكير. وانشغل الشعب بقضايا هامشية، لاتهم حياته ولا مستقبله.

١٤- بالرغم من صدور القوانين المؤيدة لحرية الصحافة في عهد السادات، إلا أن الشكل الظاهرى لهذه القوانين كان يحمل شيئاً مغايراً لما هو مطبق بالفعل في المؤسسات الصحفية وعلى صفحات الجرائد. وكان أبرز دليل على ذلك هو الهجوم العنيف على قانون سلطة الصحافة الذي صدر سنة ١٩٨٠. وبمقتضى هذا القانون استطاعت الدولة تملك هذه الصحف، وإدارة شئونها، وتعيين من هو أكثر نفاقاً

في إدارتها، ومحاربة كل من يتطاول على نقد السلطة الحاكمة. وانتشرت الرقابة على المواد الصحفية في عهد عبد الناصر، كذلك زادت أساليب استخدامها في عهد السادات، فقد أصبح الصحفى مندوباً للوزارة داخل الجريدة، ولجأت الصحف إلى المجلس الأعلى للصحافة لتمدد يد العون والمساعدة من أجل استمرارها وامتص الإعلان قبل الاعلام المساحة التحريرية للصحيفة.

١- الاجراءات المنهجية للدراسة:

وقع اختيار فترات تحليل مضمون صحيفة الأهرام خلال صدور المواثيق الرسمية- الميثاق وبيان ٣٠ مارس، وورقة أكتوبر- ونتج من عملية تحليل المواثيق الرسمية استخلاص القضايا الأساسية والمبادئ التي دعت إليها المواثيق، وتم اعتبار هذه المبادئ بمثابة معايير أساسية لعملية التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى. وعند تحليل المواثيق تطلب منا فحصها ومتابعة التطور التاريخى لصدورها، ومضمون ما اكدت عليه من قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية. ولما كان المنهج التاريخى يعتمد أساساً على التحليل الخارجى والداخل للوثائق أو مصادر البحث[٢٧] لذلك تعتبر عملية التحليل ضرورية لمتابعة تطور الظاهرة الاجتماعية. ومن هنا كان اختيار المنهج التاريخى لتوافر مبدأ الكفاءة المنهجية، حيث أنه أكثر المناهج كفاءة لدراسة دور الصحافة المصرية في تشكيل الوعى الاجتماعى.

عينة الدراسة:

لم تتطور بعد الأساليب الفنية المستخدمة في عينات تحليل مضمون وسائل الإعلام، حيث اقتصر هذا الاستخدام على الصحف والمجلات والإذاعة والتليفزيون. لكن يواجه الباحثون في هذا المجال مشكلات عديدة في اختيارهم لعينة الدراسة. فعندما يحدد الباحث لنفسه صحف الدراسة، فهذا ليس مقنعا بالنسبة لقائمة كل الصحف المنشورة في بلد ما. وإذا اختار الصحيفة، فها يتم سحب العينة كل عشر سنوات أو كل عشرين سنة، وحتى إذا وجدت الضمانات الكفيلة لسحب عينة الصحف الممثلة للدراسة، فنجد اختلاف الصحف حسب المنطقة الجغرافية، والتوجهات السياسية، والجماعات الاقتصادية، والجماعات العرقية، ومن هنا تظهر مشاكل سحب العينة ويزداد تعقيدها خاصة في ظل وجود صحف ضخمة الحجم، وعميقة التأثير، ولا يمن للعينة الواقعية- البعيدة عن التحيز- أن

تساوى في الوزن بين أهمية صحيفة غير مشهورة بصحيفة أخرى عملاقة تصدر يومياً في منطقة متحصرة(٢٨).

ويمكن للباحث تلاشيا لهذه المشاكل التي يواجهها في سحب عينته أن يزعم في البداية أن الصحيفة التي وقع عليها الاختيار ليست بالضرورة ممثلة تماماً لبقية الصحف الصادرة في دولة ما. لكن يمكنه بالتحديد الموضوعى، والسحب المنظم أن يختار عينته كما يحدث في «عينة الشهرة» Popularity Sample، حيث تقوم أساساً على الانتشار، بمعنى أنها تغطى مساحة كبيرة من المنطقة الجغرافية، وتقوم أيضاً على حساب عدد الجمهور الذي يقرأ هذه الصحيفة. ويمكن أن يتوافق اختيارنا لصحيفة معينة من مصادر معلومات مشتركة بين هذه الصحيفة وبقية الصحف، أو قد تكون هذه الصحيفة أكثر اهتماما عند السلطة، أو أكثر احتراما لدى عامة الشعب. وقد يحدث هذا الأمر عند اختيار صحيفة «النيويورك تايمز» في الولايات المتحدة، « والتايمز» في انجلترا، و»البرافدا» في روسيا(٢٩).

ولما كنا بصدد اختيار عينه الدراسة في بحثنا الراهن اتبعنا «مبدأ الشهرة» أو «عينة الشهرة» حتى نتلافى المشاكل التي يقع فيها الباحثون. وتم اختيار صحيفة الأهرام المصرية على أساس أن هذه الصحيفة تعتمد أساساً على مصادر معلومات مشتركة بينها وبقية الصحف، بالإضافة إلى ذلك يكاد توزيعها يغطى جميع أجزاء الجمهورية، ولها نسبة كبيرة من القراء من كافة الطبقات، وعلاوة على ذلك يعتبرها الكثيرون أنها الصحيفة الأولى الممثلة للسياسة العامة للدولة، وقد برز هذا الإحساس بالذات خلال فترات التحليل.

وبالإضافة إلى المشاكل التي تعرضنا لها في سحب العينة، توجد مشاكل أخرى مثل مشكلة الوقت، فمن السهل أن نشوه تأثير السياسة العامة للصحيفة إذا وقع اختيارنا على الطبعات الصادرة في يوم واحد فقط، أو حتى أسبوع واحد، فإن هذا الاختيار عادة ما ينتج عنه أثر سيئ على الاتجاه العادى للصحيفة، وإذا تم أختيار حتى سبعة أسابيع لإجراء التحليل، وجب علينا تحليل أبواب الصحيفة جميعها، ثم نختار أيا من هذه الأبواب يفيد الدراسة، ونضع أولويات للبدء في تحليلها. فقد نركز مثلاً على مظاهر محددة بالصحيفة مثل المانشيت الرئيسى، والمقال الافتتاحى، أو اختيار صفحة واحدة فقط. ويتوقف هذا التحديد بالطبع على الغرض الذي تؤديه المادة الصحفية في خدمة موضوع الدراسة(٣٠). ولما كنا

بصدد موضوع دراستنا، وجدنا ن نختار تسعة أشهر موزعة على فترات زمينة متباعدة، وعلى مدار أيام التسعة شهور يومياً، ثم بعد ذلك حاولنا تحديد المادة الصحفية التي تتوافق مع موضوع الدراسة، فكان الاختسيار مركزاً على المادة الخبرية، ومادة الرأى.

المجال الزمنى للدراسة:

تم إختيار صحيفة الأهرام المصرية ممثلة للصحافة القومية خلال فترات ظهور المواثيق الرسمية، حيث ارتبط إختيار عينة الدراسة بظهور هذه المواثيق، ونظراً للدور الذي تلعبه الصحافة في التمهيد لهذه المواثيق قبل صدورها، وتفسيرها بعد صدورها، جاء اختيار صحيفة الأهرام قبل صدور كل وثيقة بشهر، وبعد صدروها بشهرين. ولما صدر الميثاق الوطنى في ٢١ مايو ١٩٦٢، تم إختيار الفترة من ٢١ إبريل إلى ٢٠ مايو شهراً قبل صدوره، والفترة من ٢١ مايو إلى ٢٠ يوليو ١٩٦٢ شهرين بعد صدوره، أما فترة ظهور بيان ٣٠ مارس، فتم اختيار الفترة من ٢٨ فبراير وحتى ٢٩ مارس ١٩٦٨، باعتبارها شهراً قبل صدور البيان. والفترة من ٣٠ مارس وحتى ٣٠ مايو ١٩٦٨ شهرين بعد صدوره. وأخيراً عند ظهور ورقة أكتوبر، جاء اختيار الفترة من ١٧ مارس وحتى ١٦ إبريل ١٩٧٤ باعتبارها فترة سبقت ظهور ورقة أكتوبر مباشرة. وعندما صدرت الورقة يوم ١٧ إبريل ١٩٧٤، وتم اختيار الفترة من ١٧ إبريل وحتى ١٦ يونيو ١٩٧٤ باعتبارها فترة تلت مباشرة صدور الورقة.

جمع البيانات:

لما كان موضوع الدراسة يهتم أساساً بتحليل مضمون الصحافة، فكنا لزاما علينا اختيار طريقة تحليل المضمون، باعتبارها عمليلة أساسية في تحليل البيانات وتفسيرها. وقد تعددت استخدامات هذه الطريقة في البحوث الإعلامية، واختلف استخدامها بنوعية البحوث التي تتعرض لها، فهناك من البحوث التي تستخدم في دراسة خصائص مضمون مادة الاتصال، ودراسات تتناول خصائصة من حيث الشكل أو طريقة العرض، وأخيرا توجد دراسات تهتم بدراسة خصائص منتجى مضمون الاتصال. وعندما اهتمت الدراسة الراهنة بهذه المستويات الثلاثة وجدنا الاستفادة من استخدام تحليل المضمون في التعرف على اهتمام صحيفة الأهرام بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية اولسياسية، ومدى حصولها على الاهتمام

والتأييد. أيضا تتطلب الدراسة التعرف على موقع هذه القضايا على صفحات الجريدة، باعتبار أن المكان يلعب دوراً أساسياً في تناول القضية والتركيز عليها، وجذب انتباه القارئ نحوها. وأخيرا نحاول التعرف على نوعية المادة الصحفية المهتمة بكل قضية، فهل جاءت في صورة مانشيتات وأخبار أم جاءت في صورة مقالات ورسوم كاريكاتيرية، وتبدو أهمية ذلك بالطبع لاختلاف التأثير الذي تحدثه كل مادة صحيفة عن الأخرى.

ويؤكد أهمية تحليل المضمون في هذه الدراسة ما ذهب إليه الصحفى الفرنسى «جاك كابرز» عندما وصف تحليل المضمون في دراسته عن الصحافة بأنه «الدراسة التي تجرى لتحليل مضمون الصحيفة، وتهدف إلى كشف ما تود الصحيفة توصيلة إلى قراءها، وإحداث تأثير معين عليهم من خلال هذه المادة» وتتركز أهميته أيضاً بأنه يسمح بدراسة مدى تأثير الإخراج الصحفى مثل العناوين، وأسلوب العرض، وتحليل روح المرسل، مثل الكشف عن الأيديولوجية غير المعلنة للصحيفة(٣١). ويقول «إبراهام مول» أن تحليل المضمون هل تحليل القالب، أى وصف المضمون وخصائصه من خلال تقسيمه إلى مجموعة من العناصر الأقل تعقيداً أو الأكثر تبسيطاً، ثم تصنيفها وقياسها وتكميمها، أو ترتيبها حسب أهميتها النسبية. ففى كل حالة يتم تحليل مضمون الصحف، يجب تحديد الأهداف الرئيسية للبحث، ثم تحديد الأهداف المتضمنة، وهل هى دراسة تتعلق بالمضمون العام للصحيفة، أم ببنية الصحيفة، أم أيديولوجيتها(٣٢).

ولما كانت الدراسة الراهنة تهتم بتحليل مضمون صحيفة الأهرام عبر فترات زمنية مختلفة، ووفقاً لأيديولوجيات إلى حد ما مختلفة في مبادئها، فيحاول البحث كشف مضمون أيديولوجية الصحيفة خلال هذه الفترات، والتعرف على مدى تأييدها لكل وثيقة. ويمكن القول ببساطة، أن الهدف الرئيسى الذي يسعى إليه تحليل المضمون في هذا البحث هو الكشف عما يقدمه مضمون الصحيفة من أهداف وأيديولوجيات.

اجراءات تحليل المضمون:

يعد «لازويل» وزملاؤه من أبرز الباحثين الذين اهتموا بتحليل الصحف. وقد ابتدع «لازويل» نوعاً من تحليل المضمون أطلق عليه التحليل الرمزى، حيث يدرس

مضمون الجرائد على أساس تسجيل عدد مرات ذكر رموز معينة، كما يسجل ما إذا كان الرمز قد ورد بطريقة عدائيه أو بطريقة ودية أم بطريقة محايدة(٣٣). ومثلما فعل «لازويل» نحاول استخدام هذه الطريقة في التعرف على موقف الصحافة المصرية إزاء المواثيق الرسمية- باعتبار الأخيرة معايير أساسية في التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى. لكننا نضيف إلى ما ذكره «لازويل» فئة مكان نشر المادة الصحيفة، وذلك لما لها من أهمية في تحديد أهمية الخبر وجذب انتباه القارئ.

وقد اتضح من الاستخدامات الأولى لتحليل المضون في البحوث الإعلامية والاجتماعية أنه يحاول وصف آثار الاتصال، ويتم هذا الوصف بطريقة موضوعية ومنظمة وكمية. ويؤكد ذلك ما ذهب إليه «برلسون» Berlson في تعريفه لتحليل المضمون بأنه «أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعى المنظم الكمى للمحتوى الظاهر للاتصال» وقد قصد «برلسون» من تعريفه بالرموز المختلفة المتمثلة في الكلمة أو الصوت، أو الصوةر أو الرسم. ويهدف الاتصال للإجابة عن أسئلة مثل من الذي يقول ماذا ولمن وكيف يقول؟ وما هى الأثار المترتبة على ذلك(٣٤). وفى مقابل التعريف الكمى الذي ذهب إليه «برلسون» جاء «لويس ديكستون» و»كارلوارجن» ليركزا في تعريفهما على الجوانب الديناميكية لتحليل المضمون من خلال قدرته على التنبؤ واختبار فروض يمكن إثباتها. وبجانب الاتجاهين السابقين، كان هناك اتجاه ثالث يجمع بن الجوانب الكمية والكيفية، رأت فيه دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية بأنه احد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الاتصال المكتوبة، أو المسموعة، وذلك بوضع خطة منظمة تبدأ باختيار عينه من المادة محل التحليل وتصنيفها وتحليلها كميا وكيفياً(٣٥).

ويتضح من التعريفات السابقة لتحليل المضمون أن هناك سمة أساسية مشتركة بينها، وهى اعتمادها أساسا على الأسلوب الكمى في تحليل البيانات. ومن هنا تكون رؤيتنا لاستخدام تحليل المضمون في هذ البحث بأنه «طريقة منظمة تحاول إثبات فرضيات معينة من خلال تحليل مضمون عينه من الصحف، تهدف في النهاية إلى وصف مجموعة من البيانات كميا وتفسيرها وتحليلها كيفياً، وأخيراً استخلاص عدد من النتائج. ومعنى ذلك أن تحليل المضمون يعتمد على تحديد مجموعة من الفروض والمقاهيم العلمية ثم اختيار عينه، وتحديد رموز التحليل وثباته وأخيراً التحليل الاحصائى وتفسير النتائج.

وحدات تحليل المضمون:

تتحدد وحدات التحليل في ضوء فئات ماذا قيل التي تهتم بمعرفة عدد تكرارات كل قضية. وقد تعددت وحدات تحليل المضمون في الصحافة، مثل وحدات الكلمات، والموضوعات، والشخصيات، والمفردات، ومقاييس المساحة. ويتوقف اختيار وحدة التحليل طبقاً لموضوع الدراسة. وعادة ما يواجه الباحث صعوبات إذا اختار في تحليلة للصحافة مثلاً الكلمة، أو الجملة، أو الفقرة، خاصة إذا كان يدرس اتجاه صحيفة أو أيديولوجيتها. ولما كان موضوع البحث الراهن يهتم بمعرفة دور الصحافة في تشكيل الوعى الاجتماعى، لذا كان الاهتمام بتشكيل الوعى ممثلاً في موضوع المادة الصحفية، وعليه تكون الفكرة داخل كل موضوع هى المقياس للتشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى. وبالإضافة إلى هذا المقياس، وجدنا أن وحده مكان نشر المادة الصحفية تلعب دوراً هاماً في جذب انتباه القراء، وبالتالى يكون لها تأثيراً واضحاً في عملية تشكيل الوعى أيضاً تصبح وحدتا الفكرة ومكان النشر مقياساً للتحليل.

فئات تحليل المضمون:

توجد عدة فئات تندرج تحت ماذا قيل؟ في مادة الاتصال مثل فئة موضوع الاتصال، وهى تجيب دائماً على سؤال مؤاده علام تدور الاتصال؟ ومدى الأهمية التي توليها مادة الاتصال لكل فئة من الفئات. وتوجد أيضا فئة اتجاه مضمون مادة الاتصال، وعادة ما يكون المضمون إيجابياً عندما يعرض الموضوع بصورة مؤيدة، ويتجنب النواحى السلبية، وبالإضافة إلى الفئتين السابقتين، توجد فئة المعايير التي تطبق على مضمون الاتصال، وفئة طرق تحقيق الغابات، وفئة المرجع أو المصدر وفئة المكان الذي تصدر منه مادة الاتصال، وأخيراً فئة المخاطبين، وتستخدم هذه الفئة الأخيرة للكشف عن الجماعة أو الجماعات التي توجه لها مادة الاتصال خصيصاً(٣٦). وقد لوحظ من دراسات تحليل المضمون أن الباحث ليس بالضرورة عليه أن يستخدم جميع هذه الفئات من موضوع دراسته. ويتوقف الاختيار طبقاً لنوع الموضوع، والهدف منه. وفى موضوع بحثنا وجدنا اختيار فئة موضوع الاتصال، باعتبارها عملية أساسية يتم خلالها حصر اهتمام الصحيفة بكل قضية، ومعرفة أوجه الاختلاف بين اهتمام الصحيفة عبر الفترات التاريخية الثلاث. أما بقية الفئات فقد وجدنا أنها قد تستخدم في موضوعات أخرى تهتم بموضوعات

جزئية، مثل فئة مصدر المادة المنشورة، حيث تفيد استخدام هذه الفئة للكشف عن التبعية في مجال الإعلام.

أما فئات كيف قيل؟ فهى التي تدور حول شكل الاتصال، ولما كنا بصدد موضوع دراستنا، فوجدنا اختلاف أهمية الأشكال الصحفية عن غيرها. وعلى سبيل المثال لا يمكن مساواة موضوع المادة الصحفية المنشورة في المانشيت، بنفس الموضوع وهو منشور في مقال داخل الصحيفة. ومن هنا تم اختيار عدة أشكال صحفية متنوعة لكى تقيس أهمية موضوع المادة المنشورة. وقد وقع الاختيار على المانشيت الرئيسى للصحيفة، والخبر الرئيسى الثانى بالصفحة الأولى، ثم التحقيق الصحفى الأساسى، والموجود عادة بالصفحة الثالثة، وتعبر هذه الأشكال الصحفية الثلاثة على وجود المادة الصحفية في صورة «خبر» بالإضافة إلى ذلك تم اختيار «صفحة الرأى» بما تحويه من مقال افتتاحى ومقال لكاتب من الجمهور، و«حديث الناس» الذي كان يكتبه «على حمدى الجمال» يومياً، وكاريكاتير «صلاح جاهين» وذلك باعتبارها مادة صحفية جذابه تؤثر في رأى الجماهير وحكمهم على القضايا. ولما كان «محمد حسنين هيكل» يكتب مقاله الأسبوعى «بصراحة» وجدنا اختياره ضمن الأشكال الصحفية، نظراً للمكانة المتميزة لهذا المقال أثناء حكم عبد الناصر، وعندما جاء «على أمين» إلى الأهرام وترأس تحريرها، وكتب عموده اليومى «فكرة» فكان لزاما علينا اختيار هذا العمود. ومثلما عبرت الأشكال الصحفية الثلاثة الأولى عن المادة الصحفية الخبرية، عبرت الأشكال الصحفية الاخرى عن المادة الصحفية الصادرة في صورة رأى. وبالطبع لكل من هذين الشكلين تأثيره في تشكيل وعى الجماهير. أما الفئة الثانية من فئات كيف قيل، فهى فئة شدة التعبير، بمعنى هل تصدر هذه المادة الصحفية مؤيدة للمعايير التي تم اختيارها، أم معارضة، أم محايدة، أم ليس لها رأى تجاه القضايا. وبالإضافة إلى الفئتين السابقتين، فتوجد فئات أخرى مثل فئة الشكل الذي يتخذه الموضوع، بمعنى هل تستخدم هذه الفئة للكشف عن شكل العبارات التي ترد في المضمون، وهل هى تعبيرعن حقائق، أو عن آمال. وهناك فئة الوسيلة، ويقصد بها الوسيلة التي يتبعها المضمون مثل التعميم أو الاستشهاد بمصادر كثيرة متنوعة لإقناع القارئ(٣٧).

وعندما اخترنا وحدة الموضوع في فئات ماذا قيل واستبعدنا بقية الفئات فكان له ما يبرره من توافقها مع أهمية الموضوع، أيضا وجدنا اختيار وحدة مكان النشر،

وشدة تعبير المادة الصحفية- تجاه مبادئ المواثيق الرسمية، باعتبارهما فئتين أساسيتين ف تحديد وقياس عملية تشكيل الوعى الاجتماعى، واستبعدنا بقية الفئات الأخرى من فئات كيف قيل، ونظرا لنتائجها الإيجابية إذا ما استخدمت في موضوعات أخرى. وقد اختلف الباحثون حول إمكانية تحديد الشدة- شدة تعبير المادة الصحفية- وقياسها من خلال مضمون مادة الاتصال الظاهرة. فيرى البعض أن الشدة يمكن تحديدها فقط عن طريق تفسير نوايا القائم بالاتصال أو المصدر، بينما يرى الأخرون أن الطريقة التي يفسر بها الجمهور المتلقى الرسالة هى التي تحدد شدتها. وكذلك يختلف الباحثون بشكل واضح في أساليب قياسهم للشدة. فالبعض يرى أن تكراراً أو مجموعة رموز يمكن أن يكون مقياساً جيداً للشدة، وهناك من استخدم الوقع الشامل للمضمون المقدم بما في ذلك التكرار، والصفحة، والموقع[٣٨]. ونخلص مما سبق أن اختلاف تحديد الشدة بين الباحثين مرده اختلاف مهارات الباحثين في تطبيقهم لهذه الفئة، واختلاف طبيعة موضوع الدراسة، والهدف الذي يسعى من أجله البحث، ونحاول في موضوع دراستنا التوفيق بين وجهات النظر السابقة، واختيار موضوع المادة الصحفية، وقياس درجة شدتها.

قياس ثبات التحليل:

يوجد شرطان لقياس ثبات التحليل هما الاتساق بين المحللين المختلفين، والاتساق عبر الزمن، بمعنى الحصول على النتائج نفسها إذا طبقت الفئات نفسها على المضمون نفسه على فترات متباعدة. وقد رأى «برلسون» أنه يمكن ضمان نسبة مرتفعة نسبياً من الثبات إذا ما توافرت الشروط الآتية:

١ - كلما كانت وحدات التحليل وفئاته أكثر بساطة وسهولة.
٢ - كلما زادت خبرة المرمزين وأحسن تدريبهم.
٣ - كلما كانت قواعد الترميز دقيقة وشاملة.
٤ - كلما استخدمت أكثر من فئة ووحدة للتحليل ومقارنة النتائج[٣٩].

ويستخدم الباحثون عادة قياس الثبات في موضوعات يكون اختيار العينة فيها على نطاق واسع، وموضوع يخصص لها نسبة كبيرة من الميزانية للانفاق على الباحثين وموضوع البحث. أما عملية قياس الثبات في موضوع بحثنا الراهن، فقد اقتصرت على وجود أكثر من مقياس للتحليل، ومقارنة النتائج، بالإضافة إلى صغر حجم العينة، وبساطة وسهولة وحدات وفئات التحليل.

التحليل الإحصائى وتفسير النتائج:

يساعد التحليل الإحصائى على شرح ما تمت ملاحظته وقياسة، وما يهدف إليه الباحث بدراسته لمضمون مادة الاتصال، فقد يرغب في معرفة أى العوامل التي تؤثر في الاتصال أو العلاقات الارتباطية بين المتغيرات. ويوجد العديد من الاختبارات للتحليل الاحصائى مثل اختبار الدلالة بين الفروق، والارتباط، وغيرها من الأساليب الإحصائية إلا أن التحليل الإحصائى لا يمكن أن يكون هدفاً في حد ذاته، فبدون افتراضات سليمة، وفئات تحليل بسيطة، يصبح التحليل الإحصائى قليل الفائدة.

وعندما يتم التحليل الإحصائى بطريقة سليمة، وتنتهى عملية شرح البيانات ومدلولاتها تبدأ بعد ذلك عملية تفسير نتائج تحليل المضمون، وعادة ما تهتم دراسات تحليل المضمون في عرض نتائجها بأربعة أنواع من العلاقات وهى مقارنة الاتجاهات وذلك باختيار فترتين زمنيتين متباعدتين مثلا والمقارنة بينهما، أو اختيار ثلاث فترات زمنية، اختلفت خلالها الأيديولوجية الرسمية للدولة. أما النوع الثانى فيهتم بتفسير النتائج، وهو الذي يعتمد على المقارنة بين أجزاء داخلية من المضمون، أو المقارنة بين أنواع مختلفة منه، وأخيرا مقارنة المضمون بالنسبة لمعيار معين[٤٠].

ولما كانت الدراسة الراهنة تهتم بقياس عملية تشكل الوعى الاجتماعى خلال ثلاث فترات زمنية مختلفة، فلذلك سوف نعتمد في تفسير النتائج على مقارنة اتجاهات صحيفة الأهرام وموقفها من عملية تشكيل الوعى خلال فترات ظهور الميثاق والبيان وورقة أكتوبر. وعندما تم اختيار مبادئ المواثيق الرسمية كمعايير أساسية لعملية التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى ، لذا كان لزاما علينا قياس مضمون النتائج على ما تضمنته مبادئ المواثيق الرسمية من تأييد أو معارضة أو حياد.

نتائج الدراسة:

أثبتت نتائج تحليل المضمون حصول القضايا السياسية على نسبة عالية من اهتمام صحيفة الأهرام بها، حيث حصلت على ٦١٪، بينما حصلت القضايا الاجتماعية على ٢٣٪، وأخيراً القضايا الاقتصادية ١٦٪، وقد تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال اهتمام القضايا السياسية بنسبه ٣٩٪، ثم علاقة مصر بالدول العربية ٢٨٪، وبالدول الأجنبية ٢٦٪، والمنظمات الدولية ٧٪. أما عن توزيع القضايا الاجتماعية، فقد جاء الاهتمام بها متدرجاً، وتصدرت فيه قضية تماسك

الجبهة الداخلية بنسبة ٢٠٪، ثم تطوير القوانين واللوائح ١٢٪، وأتى في المؤخرة قضايا تذويب الفوارق بين الطبقات والاهتمام بالشباب ولكل منهما ٤٪، ثم تطوير الريف المصرى بنسبة ٣٪ وعن مجال اهتمام الصحيفة بالقضايا الاقتصادية، فقد لوحظ تقديم قضية «الخطوط المرسومة لزيادة الإنتاج» بنسبة ٣٨٪، ثم تلتها «تطوير الزراعة» بنسبة ١٤٪، ثم الصناعة ١٣٪، وجاء في المؤخرة استكشاف البترول وإنتاجه» بنسبه٤٪.

ولما كان مكان نشر المادة الصحفية يلعب دوراً هاماً في جذب انتباه القراء والتأثير عليهم، فقد أظهرت النتائج الكمية تقدم «الخبر الرئيسى الثانى» على بقية الأشكال الصحفية من حيث الاهتمام بالقضايا السياسية بنسبة ١٩٪، ثم المانشيت ١٨٪ .أما بالنسبة للقضايا الاجتماعية فجاء التحقيق الصحفى في مقدمة الأشكال الصحفية اهتماما بهذه القضايا، وبلغت نسبته ٢٢٪ من مجموع الأشكال الصحفية التي تعرضت لها. وأتى أيضاً التحقيق متقدماً في اهتمامه بالقضايا الاقتصادية لكن بنسبه ٢٧٪.

وعندما نادت المواثيق الرسمية بمجموعة من المبادئ والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية فلذلك جاءت الصحافة مؤكدة ومؤيدة لهذه المبادئ وتشير النتائج الكلية حصول القضايا السياسية المنشورة في صحيفة الأهرام على نسبة عالية من التأييد للمواثيق الرسمية. فقد بلغت القضايا السياسية الداخلية المؤيدة ٩٢٪، ثم علاقة مصر بالدول العربية ٩٥٪، وبالدول الأجنية ٩٠٪، وأخيراً المنظمات الدولية ٩٤٪. أما عن تأييد الصحيفة للقضايا الاجتماعية، فقد بلغت هذه النسبة ٨١٪ من مجموع القضايا الاجتماعية المعروضة بالصحيفة، وجاءت ١٢،٢٪ متعارضة مع مبادئ المواثيق، و٧٪ محايدة. وأخيراً بالنسبة للقضايا الاقتصادية فقد لوحظ أن الاهتمام بها جاءت مفرادات المادة الصحيفة التي تعرضت لها ضعيفة فلذلك جاءت نسبة التأييد عالية، ووصلت في بعض القضايا الاقتصادية ١٠٠٪ مثل قضية القطاع العام، واستكشاف البترول، بينما وصل هذا التأييد إلى أدناه في الاهتمام بالصناعة، حيث بلغت نسبته ٣٧٪ فقط.

وبعد عرض البيانات الكمية لاهتمام صحيفة الاهرام بالقضايا، وأماكن نشرها، مدى تأييدها للمواثيق الرسمية. فقد يتضح للقارئ العادى بأن الصحافة تقوم بدورها على أكمل وجه تجاه عملية التشكيل السليم للوعى الاجتماعى

للأفراد، فهى تهتم من وجهة نظره بما تؤكد عليه المواثيق، وتنشر أهم قضاياها في أبرز الأماكن بالصحيفة، وتعلن تأييدها صراحة لها. أما القارئ المدقق فقد يرى صورة عكسية تماماً لوجهة النظر السابقة، فيمكنه أن يجد في حصول القضايا السياسية على النسب العالية من الاهتمام والتأييد بمثابة تزييف للواقع، وتبرير للأخطاء والمغالطات التي يقع فيها الحكام. وكل هذه الحقائق يمكن أن نجدها في تفسير النتائج التالية.

١- يلعب الوجود المادى للأفراد دوراً هاماً في تحديد وعيهم الاجتماعى: وقد أظهرت الدراسة بأن الظروف الاقتصادية في المجتمع المصرى تعد عاملاً أساسياً في تشكيل أفكار الفرد ومعتقداته. وقد أتى ذلك من خلال الملكية والتحكم في أجهزة التثقيف والإعلام، مما نتج عنه وعياً اجتماعياً مواليا للسلطة الحاكمة لدى كثير من الأفراد.

٢- أكدت الدراسة في قضاياها النظرية أن أفكار الطبقة الحاكمة في كل عصر هى الأفكار السائدة، والطبقة المسيطرة على القوى المادية في المجتمع هى في الوقت نفسه المسيطرة على قوى الإنتاج الذهنى. وقد تبين من واقع الدراسة صدق هذه المقولة، فجاء ذلك من خلال نتائج تحليل مضمون صحيفة الأهرام خلال صدور المواثيق الرسمية- حيث جاءت فترة ظهور الميثاق والبيان معبرة عن أفكار القوى السياسية خلال تلك الفترة. أما مقولة «الطبقة المسيطرة على القوى المادية» فنستطيع رؤية هذه الطبقة خلال حكم عبد الناصر بأنها تمثلت في «الصفوة العسكرية» حيث تحكمت في البلاد، واستطاعت توجيه الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصالحها. أما فترة صدور ورقة أكتوبر، فلم يختلف الحال كثيراً، فاستمرت «صفوة العسكريين» في السيطرة وظهرت طبقة جديدة- من تأثير الانفتاح الاقتصادى، استطاعت التحكم في الظروف الاقتصادية للبلاد، بل وصل الأمر بها إلى التأثير في الظروف السياسية والاقتصادية.

٣- تتحكم الطبقة المسيطرة في المفكرين باعتبارهم منتجين لأفكارهم، ومتحكمين في إنتاج وتوزيع هذه الأفكار على مر العصور، وبالتالى تكون أفكارها هى السائدة والمسيطرة. وعندما نتأمل المقولة السابقة ومدى انطباقها على المجتمع المصرى، فنجد أن القائمين على تحرير الصحف، والمتحكمين في إدارة الإذاعة والتليفزيون هم خير دليل لتطبيق هذه المقولة، ولما كنا بصدد تحليل صحيفة

الأهرام، وجدنا أن كلا من المانشيت والخبر الرئيسى الثانى، والمقال الافتتاحى للصحيفة أكثر الأشكال اهتماماً بالقضايا السياسية، ومن هنا بدت خطورة هذه الأشكال في التأثير في القراء. وقد تكمن هذه الخطورة، بما تملكه هذه الأشكال- من أهمية في التأثير وبما يتحكم فيها رؤساء التحرير، وبالتالى نصل إلى النتيجة التي مؤداها أن الطبقة المسيطرة على الإنتاج المادى- إصدار الصحف وتحريرها- هى الطبقة المسيطرة على الإنتاج الفكرى.

٤- «يظهر بالطبقة المسيطرة مفكرون يقدمون أيديولوجيات تكون مصدراً لتضليل الطبقة عن ذاتها، بينما يكون الأفراد الآخرون أكثر تجاهلاً، وأكثر قابلية لهذه الأفكار والأوهام، وتسعى الأيديولوجيات التي تعتنقها الطبقات الحاكمة والمسيطرة في المجتمع إلى تبرير الوضع الراهن والحفاظ عليه. ولقد وردت هذه المقولة في القضايا النظرية، وإذا حاولنا مدى صحة تحقيقها في المجتمع المصرى، لوجدنا أن نتائج التحليل أثبتت صحة ذلك. وأتى من خلال حصول نسبة القضايا السياسية على نسبة عالية من الاهتمام والتأييد في الصحيفة بالمقارنة بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية، حيث حصلت على ٦١٪ من مجموع اهتمام الصحيفة، وعلى ٦٠٪ من مجموع تأييد الصحيفة للقضايا عموماً. وبالإضافة إلى ذلك جاءت موادها التحريرية منشورة في أهم الأماكن بالصحيفة، فقد تصدر الخبر الرئيسى الثانى والمانشيت أماكن توزيع القضايا السياسية بالصحيفة. ومعنى ذلك أن القائمين على تحرير الصحف، يحاولون باستمرار إرضاء النظام الحاكم ، وسعى دائماً إلى تنفيذ مخططات السلطة السياسية، عملاً على الحفاظ على وضع السلطة. ومن الأمثلة الأخرى التي تؤكد صدق المقولة السابقة، النتيجة التي أظهرتها تحليلات مضمون «فئة التمهيد للمواثيق الرسمية» أو «المراعاة في الدستور الجديد» حيث أظهرت النتائج تقدم هذه الفئة على جميع فئات القضايا السياسية الداخلية، فحصلت بمفردها على ٤٧٪ من مجموع اهتمام الصحيفة بالقضايا السياسية الداخلية، وحصلت على ٩٠٪ من تأييد الصحيفة لهما، وبالإضافة إلى ذلك تصدر المانشيت- وهو أكثر الأشكال الصحفية أهمية- جميع الأشكال الصحفية اهتماماً بهذه الفئة، ثم كاتب الجمهور في المرتبة الثانية. وتؤكد البيانات السابقة أن القائمين على تحرير الصحيفة سعوا باستمرار إلى الدفاع عن أيديولوجيات الزعامة السياسية خلال فترة حكمهم، بل وعملوا على تبرير سياستهم ومبادئهم بشتى الوسائل.

٥ - تؤدى الأيديولوجية وظائف عديدة، مثل الاهتمام بترسيخ مبادئ القيادة الجماعية، والتعبير عن مصالح أعضاء الطبقة العاملة، والدفاع عنها، ويأتى ذلك من خلال تطوير الوعى الطبقى للطبقة العاملة، وممارسة عمليات التنظيم السياسى، والاتحادات التجارية والأحزاب السياسية. وخلصت الدراسة النظرية إلى النتيجة السابقة، أما الدراسة الميدانية فقد أثبتت استحالة تطبيق هذه النتيجة على المجتمع المصرى، ويأتى ذلك من النتائج المخذلة التي خلصت إليها التحليلات الكمية لمضمون صحيفة الأهرام، حيث حصلت قضية «تذويب الفوارق بين الطبقات» على أدنى معدل لاهتمام الصحيفة بالقضايا الاجتماعية، فوصلت نسبتها ٤٪ وجاءت قضية تطوير الريف المصرى في المؤخرة أيضاً بنسبة ٣٪ وفى مقابل هذه النسب الضئيلة، وجاءت قضايا أخرى، حصلت على نسبة مرتفعة نسبياً من الاهتمام مثل تماسك الجبهة الداخلية ٢٠٪ وتطوير القوانين واللوائح ١٢٪، بالإضافة إلى تميز أماكن نشرها في الصحيفة، فجاء المناشيت في مقدمة الأشكال الصحفية اهتماماً بالدفاع عن تماسك الجبهة الداخلية، أما «حديث الناس» فسخر «على حمدى الجمال» مقاله اليومى عن ضرورة تطوير القوانين واللوائح، وتصدر مقدمة الأشكال الصحفية في الاهتمام بهذه القضية. ونستطيع أن نلخص من البيانات السابقة أن الصحافة- خلال صدور المواثيق الرسمية- عملت على غرس مبادئ الفردية، وهدم القيم الجماعية، وجاء ذلك من خلال حصول الريف المصرى على نسبة ضئيلة من الاهتمام بالرغم من اتساع المساحة السكانية في مصر من أبناء الريف. وحاولت الصحافة أيضاً تزييف الوعى الاجتماعى لأبناء الطبقة العاملة، وأتى ذلك من خلال تصدر قضيتى تماسك الجبهة الداخلية، وتطوير القوانين واللوائح مقدمة القضايا الاجتماعية، حيث جاء التأكيد على هاتين القضيتين بصورة غير عادية في صورة مانشيتات وعناوين تحاول كسب الرأى العام، وعطف الجماهير تجاه السلطة الحاكمة، ومحاولة إقناعهم بضرورة الاستكانة والاستجابة لأوامر السلطة السياسية، وأن الخطر الداهم الذي يحيطهم يأتى دائماً من الخارج.

٦ - يتمثل التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى في الاهتمام بدور الأفكار في تغيير الواقع الفعلى للظاهرة الخارجية، ومحاولة خلق وحدة أيديولوجية بين الصفوة والجماهير، وبين المثقفين والجماهير، ويهدف الوعى الاجتماعى إلى تحرير الإنسان، ويعتبر نقد التفسيرات والتبريرات للتنظيمات الاجتماعية هو

اللب الأساسى في عملية تشكيل الوعى الاجتماعى. وإذا حاولنا اختبار دور الصحافة المصرية في القضية السابقة، لوجدنا عكس ذلك تماماً. فبدلاً من أن تقوم الصحافة بدور أساسى في تغيير الواقع الفعلى، حاولت باستمرار الحفاظ على نظام الحكم القائم، واستمالة الجماهير، واقناعهم بأنه ليس في الإمكان أبدع مما كان، ومصداقاً لذلك، أثبتت نتائج تحليل المضمون حصول القضايا السياسية على ٦١٪ من مجموع القضايا، وارتفاع معدل الاهتمام بها بعد صدور المواثيق عنها قبل الصدور بفارق ٩٪، حيث وصلت ٦٤٪ بعد الصدور. وهذا يعكس تماماً تأييد الصحافة للسلطة السياسية، بل ومساندتها لها في قوانينها ومواثيقها. وأثبتت أيضاً النتائج تأييد الصحافة لقضايا ثورة يوليو بنسبة ١٠٠٪، وقضية الديمقراطية ٩٧٪، والتسوية السليمة لمشكلة الشرق الأوسط ٩٠٪، والتمهيد للمواثيق الرسمية ٩٠٪ وأيدت الصحافة المنظمات الدولية بنسبة ٩٤٪ ويبدو للناظر العادى لهذه الأرقام أن الصحافة تعكس وجهة نظر قرائها من خلال حصول القضايا السابقة على النسب العالية ولكن الناظر المدقق لهذه الأرقام يرى صورة عكسية تماماً، وهى أن الصحافة تعكس وجهة نظر القائمين عليها، وتحاول غرس هذه النظرية لدى قرائها، وتوصل نفاقهم للسلطة الحاكمة. وربما يكون أوضح تفسير لذلك هو حصول الثلاث قضايا الأولى على نسب عاليه من التأييد، وقد يكون أصدق دليل أيضاً على تزييف وعى الجماهير، هو حصول المنظمات الدولية على النسبة العالية جداً من التأييد، بالرغم من الرؤية الواضحة للمواطن العادى بانعدام دور هذه المنظمات، بل يجب نقدها والتقليل من أهميتها، وعدم رصد الأمال عليها في حل مشاكل المواطنين.

أما عن دور الصحافة المصرية في التعبير عن القضايا الأساسية لحاجات الجماهير فأثبتت نتائج التحليل حصول القضايا الاقتصادية على أدنى معدل لها من اهتمام الصحيفة بالرغم من تعلق الجماهير بالأمال على دور الصحافة في إظهار وتوضيح اهتماماتهم والتعبير عن مصالحهم وقضاياهم المصيرية، إلا أن الصحافة خذلتهم، وجاء نصيب القضايا الاقتصادية ١٦٪ من مجموع اهتمام الصحيفة بالقضايا. وعندما اهتمت بالقضايا الاقتصادية، فجاء غير عادل، حدث خلاله تركيز الأضواء على قضايا لا يمكن للقارئ أن يفهم من وراء نشرها شئيا مثل «التخطيط للعملية الانتاجية» والذى يأتى عادة في صورة حسابات مالية، وأرقام موازنات لسنوات ماضية وسنوات قادمة، وإيرادات مالية بمفردات حسابية، تساعد في النهاية على

تزييف وعى القارئ، بما تدعيه الدولة من القيام بالتخطيط للعمليات الانتاجية. ولما ركزت المواثيق الرسمية على ضرورة الاهتمام بالقطاعين العام والخاص، فأتى اهتمام الصحافة في تدعيمه، فقد خيبت الصحافة هذه الآمال بحصول «فئة استكشاف البترول وانتاجه» على ٤٪ من اهتمام الصحيفة. وفى نهاية عرض هذه البيانات نتساءل، كيف يمكن خلق وحدة أيديولوجية من الصفوة والجماهير؟ فهل تحدث هذه الوحدة بانطلاق الصحافة في واد بعيد تبحث فيه عن المحافظة على وضع السلطة الحاكمة، في مقابل إغفال وتجاهل القضايا المصيرية لغالبية الجماهير؟ واستكمالاً لعملية خلق وحدة أيديولوجية بين المثقفين والجماهير كيف يحدث ذلك في ظل وجود صحافة بها مثقفون مسخرون للتدعيم والدفاع عن نظم الحكم القائمة؟ وكان أصدق دليل على ذلك ما جاء في صحفة الرأى، وبالتحديد في المقال اليومى الذي يكتبه «كاتب من الجمهور» حيث أوضحت النتائج تصدر هذا المقال اليومى المركز الثانى في اهتمام الصحيفة بالقضايا السياسية الداخلية بنسبه ٢٠٪ من مجموع الأشكال الصحفية. وقد نال هذا المقال إعجاباً كبيراً في التصدى للدفاع عن تفسير وأسباب صدور المواثيق الرسمية. وربما تعكس هذه الحقائق جميعها إلى انفصال الوحدة الأيديولوجية بين المثقفين والجماهير. ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء الكتاب سخروا أقلامهم في الدفاع التنظيمات الاجتماعية، والعمل على تأييدها. أما نقدها فجاءت نسبته منخفضه جداً، ونادراً ما كنا نرى أحدا من هؤلاء الكتاب تعرض بالمناقشة والتحليل النقدى والهجوم على سياسة وزير أو رئيس جمهورية، أو التعرض لنقد السياسة الخارجية للدولة. فمن هنا يمكن الحكم على هؤلاء المثقفين بأنهم أبدوا دورا سلبياً في عمليات التشكيل الصحيح للوعى الاجتماعى، بل عمدوا إلى تجهيله وتزييفه.

٧- ساعد انتشار التكنولوجيا ونقلها من المجتمعات المتقدمة إلى المجتمعات النامية أن تعاظمت وسائل تزييف الوعى، وأصبح الانسان أحادى البعد في كل ما تملية عليه وسائل الاعلام الحديثة. فقد لوحظ من خلال المهام التي تقوم بها وسائل الاعلام المصرية مدى تحقق هذه المقولة. وتبدو صحة هذه الحقيقة لأناس كثيرين، فعندما نقرأ الصحف القومية، فيكاد يكون مضمون ما نشر بها نسخة واحدة. ويؤكد مضمون هذه المادة المنشورة ما تبثه الإذاعة والتليفزيون من معلومات، فليس هناك خلال أو تمييز بين ما تنشره الصحف أو ما تبثه وسائل الإعلام الأخرى. ومن هنا

يتكون لدى المواطن العادى وجهة نظر وحيدة، لا تسمح له بالمقارنة والتمييز، أو التحقق من صدق المعلومات. ومن خلال هذه الحقائق، استغلت الصحف أحادية البعد لدى القارى المصرى، وزودته بمعلومات، لا يستطيع تكوين وعى اجتماعى نقدى تجاها. وقد أثبتت التحليلات الكمية لنتائج تحليل المضمون وجود ارتفاع معدلات نسبة التأييد تجاه القضايا عموما، وحصلت القضايا الاجتماعية على ٨٠,٧٪، والقضايا الاقتصادية ٨٥٪، والقضايا السياسية الداخلية ٩٢٪، ونستنتج من هذه المعدلات أن الصحافة حاولت دائما فرض وجهة نظر واحدة على قرائها وهي التأييد، بينما جاءت وجهة النظر الأخرى المعارضة أو حتى المحايدة ضئيلة جداً. ومن هنا يمكن الحكم على الصحافة- من خلال فرض أحادية البعد على الجماهير- بأنها مارست أكبر عمليات تزييف وعى جماهيرها.

٨- نظرا لخطورة وسائل الإعلام في المجتمع المصرى، لذا فإمكانها أن تحدث وعيا بالواقع قاصراً ومحدوداً، يصعب التعامل معه من وجهة نظر مستقبلية، يأتى ذلك من خلال نوعية المعلومات وعرضها. وإذا حاولنا التحقق من صدق هذه المقولة وتفسيرها، فنجد أن طريقة عرض المعلومات في الصحافة المصرية يأتي بالفعل مجزءً ومفتتا. فقد يحدث أن تناول الصحيفة على صفحتها الأولى موضوعاً ما، ثم تستكلمه في الصفحات الداخلية، وعادة ما يكون هذا التجزئة لصغر المساحة التحريرية، واقتطاع الجزء الأكبر منها للاعلانات التجارية وأحيانا نرى تعرض بعض الكتاب لقضية ما، ثم يأتى ويستكملها في اليوم التالي، أو الأسبوع القادم، أو الشهر القادم. وكل هذه التجزيئات والتفتيتات تنتج آثاراً سلسلة على فهم أو استيعاب القارئ للمادة التحريرية. وقد يلاحظ أحياناً حدوث أزمات اقتصادية داخل الدولة، أو أزمات سياسية بين الدولة ودول أخرى، ومن ذلك نجد بعض الصحفين يتعرضون في مقالاتهم وأعمدتهم اليومية لقضايا هامشية، لا تمس حياة المواطن، بل تكون موجهة توجيها سياسياً من أجل تجهيل الأفراد بواقعهم الاجتماعى. ومن هنا يكون الوعى بالواقع قاصراً ومحدوداً بل ومشوها.

٩- تمارس وسائل الإعلام تأثيراً بالغ الفعالية، على مستقبلها، وينتج عن ذلك أنها تقوم بفرض قيم ومعايير الطبقات المتوسطة على الطبقات الدنيا، بالإضافة إلى أنها تهاجم تربة غير محصنة، لا يملك الفرد حيالها رأياً محدداً. فقد لوحظ أن الصحافة المصرية تتعمد باستمرار الترويج لأفكار الطبقات المتوسطة على حساب

الطبقات الدنيا. وقد يحدث ذلك في المواد التحريرية، والمواد الاعلانية، لكن تكثر نسبته في الأخيرة بنسبة تفوق الأولى، وبالتالى تكمن الخطورة لما يتمتع به الإعلان من جاذبية، ومكانة متميزة على صفحات الجريدة، أما الترويج لأفكار الطبقة المتوسطة في المواد التحريرية، فيأتى من خلال الأبواب الثابته بالجريدة، مثل باب المرأة وأخبار المدنية، وقصص الأطفال، وغيرها من المواد التحريرية التي تؤكد دائماً على عظمة سلوك أبناء المدن، واحتقار سلوك أبناء الريف، والتعظيم من شأن المرأة في المدينة، وتجاهل دور المرأة في الريف، أما الشق الثانى من تأثير وسائل الإعلام، وهى أنها تهاجم تربة غير محصنة، فذلك له ما يؤكده في واقع الصحافة المصرية. فعندما تتعرض الصحافة لقضية اقتصادية أو اجتماعية أو حتى سياسية، فانها تتبنى غالباً وجهة نظر السلطة الحاكمة وتدافع عنها، وتعرض أفكارها بحماس حتى تستطيع التأثير في القراء. وعندما يقتنع القارئ بوجهة نظر الصحيفة، وتظهر فكرة مناقضة لما روته فكرةالصحيفة، عندئذ لا يستطيع القارئ الدفاع عما اقتنع به في البداية من أفكار وآراء. وهكذا تتكون لديه النظرة الأحادية التي من خلالها يجهل التمييز والإدراك. لذا يقال عن وسائل الإعلام بأنها تهاجم تربة غير محصنة.

١٠- شكلت المؤسسة الإعلامية كأداة أيديولوجية دوراً هاماً في تشكيل الوعى الاجتماعى بالمقارنة بالدور الذي تلعبه المؤسسات الأخرى. وتبدو خطورة هذا الدور الأيديولوجى من خلال امكانياتها المتعددة في التأثير في كل جوانب السلوك فهى تقوم برسم صورة ذهنية لدى الأفراد عن الدول والمواقف والاحداث. وقد أظهرت نتائج تحليل المضمون هذه النتيجة عندما حصلت علاقة مصر بالدول الافريقية على نسبة عالية من التأييد فوصلت نسبتها ٩٠٪، وتأييد منظمتى الوحدة الافريقية ودول عدم الانحياز إلى ١٠٠٪ و ٩٥٪ على التوالى، ومنظمة الأمم المتحدة ٩٣٪، ويبدو من هذه النسب المرتفعة قيام الصحافة برسم صورة إيجابية لهذه الدول والمنظمات حاولت من ورائها تزييف وعى قرائها بعلاقة مصر بهذه المنظمات والدول والدور الذي تقوم به المنظمات تجاه القضايا الدولية.

١١- شكلت الصحافة كأداة أيديولوجية دوراً هاماً في تشكيل الوعى الاجتماعى. فعادة ما تستخدم الدول بعض الكتاب الصحفيين للدفاع عن أنظمتها وسياساتها. وقد أظهرت نتائج تحليل المضمون الدور الذي لعبته فكرة على أمين في عهد السادات، و«بصراحة» في عهد عبد الناصر، حيث جاءت الأولى مهمته بما

يصدره السادات من قرارارت سياسية واقتصادية، وركز على أمين جهده للدفاع عنها وتبريها أما الرأى العام. ومثلما فعل الأول فعل» محمد حسنين هيكل»، الذي كان بمثابة البوق الإعلامى لسياسة عبد الناصر، فمن خلاله تستطيع بقية أجهزة الاعلام في مصر والعالم العربى التعرف على سياسات عبد الناصر، وقد حاول هيكل في مقالاته الاسبوعية اقحام الجماهير في مشاكل سياسية، لا طائل من ورائها سوى الجدال، وغياب الحقيقية.

ملحق الفصل الثالث
استمارة تحليل مضمون موضوع
الصحافة المصرية وتشكيل الوعى الاجتماعى
«دراسة في تحليل المضمون»
عينة من صحيفة الأهرام المصرية
فى الفترة من

٢١ مايو ١٩٦٢ – ٢٠ يوليو ١٩٦٢

٢٨ فبراير ١٩٦٨ – ٣٠ مايو ١٩٦٨

١٧ مارس ١٩٧٤ – ١٦ يونيو ١٩٧٤

أولاً: فئات قيل؟

الفئات	التكرارات
١- القضايا السياسية: أ- القضايا السياسية الداخلية. ١- ثورة يوليو. ٢- مسئولية القيادات الشعبية. ٣- الديمقراطية والتنظيمات التعاونية. ٤- المراعة في الدستور الجديد. ٥- تحديد الاختصاصات. ٦- عوامل نصر أكتوبر ٧- التسوية السلمية لمشكلة الشرق الأوسط. ب- علاقة مصر بالدول العربية. ١- النضال العربى. ٢- الوحدة العربية. ٣- جامعة الدول العربية. جـ- علاقة مصر بالدول الاجنبية. ١- الولايات المتحدة. ٢- الاتحاد السوفيتى. ٣- اوربا الغربية وكندا واليابان ٤- اوربا الشرقية. ٥- الدول الأفريقية. ٦- الدول الاسيوية. ٧- دول امريكا اللاتينية. ٨- اسرائيل. د- علاقة مصر بالمنظمات الدولية: ١- الأمم المتحدة. ٢- دول عدم الانحياز. ٣- منظمة الدول الأفريقية.	

التكرارات	الفئات
	٢- القضايا الاقتصادية ١- أهمية الصناعة. ٢- تطوير الزراعة. ٣- القطاع العام. ٤- القطاع الخاص ورأس المال الاجنبى. ٥- خطوط زيادة الانتاج. ٦- بناء الدولة الحديثة. ٧- استكشاف البترول وانتاجه. ٨- الانفتاح الاقتصادى. ٣- القضايا الاجتماعية: ١- التعليم. ٢- الرعاية الصحية. ٣- القوانين واللوائح. ٤- الاعلام والثقافة. ٥- الطاقات الروحية. ٦- تطوير الريف المصرى. ٧- تنظيم العمل. ٨- القوات المسلحة. ٩- تذويب الفوارق بين الطبقات. ١٠- الاهتمام بالشباب. ١١- تماسك الجبهة الداخلية. ١٢- الاستعداد للحرب.

ثانياً : فئات كيف قيل؟

١ - فئات مكان النشر

فئات مكان النشر / القضايا	أخبار الصفحة الأولى		التحقيق الصحفى الأساسى	المقالات الثابتة وأعمدة الرأى					كاريكاتير صلاح جاهين
	المانشيت	الخبر الثانى الرئيسى		كاتب الجمهور	رأى الأهرام	مقال على حمدى الجمال	مقال محمد حسنين هيكل	فكرة على أمين	
أ- القضايا السياسية الداخلية									
١- ثورة يوليو									
٢- مسئولية القيادة الشعبية									
٣- الديمقراطية والتنظيمات التعاونية									
٤- المراعاة في الدستور الجديد									
٥- تحديد الاختصاصات									
٦- عوامل نصر أكتوبر									
٧- التسوية السلمية لمشكلة الشرق الأوسط									
ب- علاقة مصر بالدول العربية									
١- النضال العربى									
٢- الوحدة العربية									
٣- جامعة الدول العربية									
جـ- علاقة مصر بالدول الأجنبية									
١- الولايات المتحدة									
٢- الاتحاد السوفيتى									
٣- أوروبا الغربية وكندا واليابان									
٤- أوربا الشرقية									
٥- الدول الأفريقية									
٦- الدول الأسيوية									
٧- دول أمريكا اللاتينية									
٨- إسرائيل									

فئات مكان النشر / القضايا	أخبار الصفحة الأولى		التحقيق الصحفى الأساسى	المقالات الثابتة وأعمدة الرأى					كاريكاتير صلاح جاهين
	المانشيت	الخبر الثانى الرئيسى		كاتب الجمهور	رأى الأهرام	مقال على حمدى الجمال	مقال محمد حسنين هيكل	فكرة على أمين	
د- علاقة مصر بالمنظمات الدولية									
١- الأمم المتحدة									
٢- دول عدم الانحياز									
٣- منظمة الدول الأفريقية									
٢- القضايا الاقتصادية									
١- أهمية الصناعة									
٢- تطوير الزراعة									
٣- القطاع العام									
٤- القطاع الخاص ورأس المال									
٥- خطوط زيادة الإنتاج									
٦- بناء الدولة الحديثة									
٧- استكشاف البترول وانتاجه									
٨- الانفتاح الاقتصادى									
٣- القضايا الاجتماعية									
١- التعليم									
٢- الرعاية الصحية									
٣- القوانين واللوائح									
٤- الاعلام والثقافة									
٥- الطاقة الروحية									
٦- تطوير الريف المصرى									
٧- تنظيم العمل									
٨- القوات المسلحة									
٩- تذويب الفوارق بين الطبقات									
١٠- الاهتمام بالشباب									
١١- تماسك الجبهة الداخلية									
١٢- الاستعداد للحروب									

٢ - فئات محتوى المادة المنشورة

محتوى المادة / القضايا	مؤيد	معارض	محايد	لا رأى له
أ- القضايا السياسية الداخلية:				
١- ثورة يوليو				
٢- مسئولية القيادات الشعبية				
٣- الديمقراطية والتنظيمات التعاونية				
٤- المراعاة في الدستور الجديد				
٥- تحديد الاختصاصات				
٦- التسوية السلمية لمشكلة الشرق				
ب- علاقة مصر بالدول العربية				
١- النضال العربى				
٢- الوحدة العربية				
٣- جامعة الدول العربية				
جـ- علاقة مصر بالدول الأجنبية				
١- الولايات المتحدة				
٢- الاتحاد السوفيتى				
٣- أوربا الغربية وكندا واليابان				
٤- أوربا الشرقية				
٥- الدول الأفريقية				
٦- الدول الأسيوية				
٧- دول أمريكا اللاتينية				
٨- إسرائيل				
د- علاقة مصر بالمنظمات الدلوية				
١- الأمم المتحدة				
٢- دول عدم الانحياز				
٣- منظمة الدول الأفريقية				
٢- القضايا الاقتصادية				
١- أهمية الصناعة				

لا رأى له	محايد	معارض	مؤيد	محتوى المادة / القضايا
				٢- تطوير الزراعة
				٣- القطاع العام
				٤- القطاع الخاص ورأس المال الأجنبى
				٥- خطوط زيادة الإنتاج
				٦- بناء الدولة الحديثة
				٧- استكشاف البترول وإنتاجه
				٨- الانفتاح الاقتصادى
				٣- القضايا الاجتماعية
				١- التعليم
				٢- الرعاية الصحية
				٣- القوانين واللوائح
				٤- الإعلام والثقافة
				٥- الطاقات الروحية
				٦- تطوير الريف المصرى
				٧- تنظيم العمل
				٨- القوات المسلحة
				٩- تذويب الفوارق بين الطبقات
				١٠- الاهتمام بالشباب
				١١- تماسك الجبهة الداخلية
				١٢- الاستعداد للحرب

الهوامش

١- د. عبد الباسط عبد المعطى، البحث الاجتماعى- محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، الأسكندرية، ١٩٨٧، ص ١٢٩.
2- Nicholas W. Jankowski and Fred Wester, The Qualitative Tradition in Social Science in Qüiry: Contribution To mass Communication RESEARCH, in: Klaus Bruhn Jensen and Nicholas W. Jan Kowski, A Hand Book of Qualitative Methodologies for mass Communication Research, Routledge, London, 1991, p: 57.
٣- د. محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمى، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٨٣، ص ٢٨٧، ٢٨٨.
4- Nicholas W. Jankowski and Fred Wester, Op. Cit., PP: 44, 45.
٥- د. محمد علي محمد مرجع سابق، ص ٣٠٦.
6- Nicholas W. Jankowski and Fred Wester, OP. Cit., PP: 46- 51.
٧- د. محمد علي محمد، مرجع سابقـ ص: ٣٠٣.
8- Nicholas W. Jankowsiki and Fred Wester, OP. Cit., P: 52.
9- Ibid., P: 53.
10- Don Marthndale, The Nature and Types of Sociological Theory Houghton MIFFIM Company, Boston, U. S. A, 1966, P: 365.
١١- د. طه نجم، علم اجتماع المعرفة، دار المعرفة الجامعية الاسكندرية، ١٩٩٦، ص ١١٥.
12- Nicholas W. Jankowski and Fred Wester, Op. Cit., PP: 53, 54.
13- Ibid., P. 53.
14- Ibid., P. 54.
15- Ibid., P.64.
16- Ibid., P.65.
17- Ibid., P.71.
18- Ibid., P.71.
19- Ibid., P.72.
٢٠- د. عبد الباسط عبد المعطى، البحث الاجتماعى، مرجع سابق، ص ص ٢٧١، ٢٧٢.
21- David Wilson, The Communicators and Society. Longman, London, 1968, P: 13.

٢٢- سلامة موسى. الصحافة حرفة ورسالة، القاهرة، بدون دار نشر، ١٩٥٨، ص ١٤٠، ١٤١.
٢٣- صلاح قبضايا، الصحف اليومية المصرية في القرن التاسع عشر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الكتاب، القاهرة، ١٩٨٢، ص ص ٢٨، ٢٩.
٢٤- د. فاروق أبو زيد، أزمة الفكر القومى في الصحافة المصرية، دار الفكر والفن، القاهرة، ١٩٧٦، ص ٧٦.
٢٥- المرجع السابق، ص ص ٥٥، ٥٦.
٢٦- د. عبد الباسط عبد المعطى، اساليب تزييف الوعى المصرى المعاصر، الطليعة، القاهرة، ص ص ٩٩، ١٠٠.
٢٧- د. غريب سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعى، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٨٦، ص ١١١.
28- Claire Selltize, Lawrence, S. Wrightsman, Stuart W. Cook, Research Methods in Sociol Relations, Holt, Rinehart Great Britain, 1976, p: 393.
29- Ibid., P. 394.
30- Ibid., 394.
٣١- د. نادية سالم، المدرسة الأمريكية في تحليل المضمون، د. عواطف عبد الرحمن وأخرتان، تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية، العربى للنشر والتوزيع القاهرة، ١٩٨٢، ص ص ٨٦، ٨٧.
٣٢- المرجع السابق، ص ٩٠.
٣٣- د. غريب سيد أحمد، مرجع سابق، ص ١٥٩.
٣٤- المرجع السابق، ص ١٤٩.
٣٥- د. نادية سالم، مرجع سابق، ص ١٣- ١٥.
٣٦- د. مختار التهامى، تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق، دار المعارف، ط٢، القاهرة، ١٩٨٥، ص ص ٣٩- ٤٥.
٣٧- المرجع السابق، ص ٣٩- ٤٥.
٣٨- د. عواطف عبد الرحمن، اشكاليات تحليل المضمون فى: د. عواطب عبد الرحمن وأخرتان، مرجع سابق، ص ص ٢٤٣، ٢٤٤.
٣٩- د. مختار التهامى، مرجع سابق، ص ٤٨.
٤٠- المرجع السابق، ص ٤٩.

الباب الثاني

الإعلام والمجتمع

الفصل الرابع

الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي

- مقدمة.
- أولاً- فلسفة الإعلام وتشكيل الوعى الاجتماعى:
  1- العلاقة بين الملكية والحرية في وسائل الاتصال الجماهيرى.
  2- العلاقة بين الأيديولوجية والاتصال الجماهيرى.
- ثانياً- السياسات الإعلامية وتشكيل الوعى الاجتماعى:
  1- السياسات الإعلامية وتشكيل الرأى العام في المجتمعات الرأسمالية.
  2- السياسات الإعلامية وتشكيل الوعى الاجتماعى في المجتمعات الاشتراكية.
  3- السياسات الإعلامية وتشكيل الوعى في مجتمعات العالم الثالث.
- ثالثاً- وسائل الإعلام وعملية تشكيل الوعى الاجتماعى:
  1- أثر وسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمع.
  2- دور الإذاعة والتليفزيون في تشكيل الوعى الاجتماعى.
  3- دور الصحافة في تشكيل الوعى الاجتماعى.
- رابعاً: الإعلام وأساليب تزييف الوعى الاجتماعى.
- خاتمة: مناقشة وتقييم.
- الهوامش.

الفصل الرابع

الإعلام وتشكيل الوعى الاجتماعى

مقدمــة:

الاتصال قوة محركة للمجتمع، يؤدي إلى حركة المجتمع بطريقة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة، تربط الماضى بالحاضر، وتأخذ الحاضر إلى المستقبل، فالاتصال عملية اجتماعية، وتجرى في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع. فالاتصال دائم ومستمر، كما أن وسائل الاتصال ترتبط بالنظام الاجتماعى والاقتصادى والسياسى الذي تعمل في ظله(١).

ويرى «مارشال ماكلوهان» أن التحول الأساسى في الاتصال التكنولوجى تكون له نتائج مؤثرة ليس في التنظيم الاجتماعى فحسب، بل في المشاعر الإنسانية أيضاً. ويتحدد النظام الاجتماعى إلى حد كبير بطبيعة وسائل الإعلام التي يتم بمقتضاها الاتصال، ولا يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل. وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. ويقول «ماكلوهان» إن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها سوف تحدد طبيعة المجتمع، وكيف تعالج مشاكله، وبأى وسيلة جديدة، وتأثيرها على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها- فالوسيلة هى امتداد للإنسان، فمثلاً الملابس والمساكن امتداد لجهازنا العصبى المركزى، وكاميرا التليفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد آذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضى تحدث في عقل الإنسان فقط، فهى مساوية لامتداد الوعى(٢).

ولما كان هناك خلط بين مفهومى السياسات الإعلامية وفلسفتها، فلذلك نتناول هاتين القضيتين للتمييز بينهما، فالسياسات الإعلامية تنطلق من موجه نظرى تسير عليه هذه السياسات والبرامج، وتتأسس هذه السياسات على فلسفة

يضعها المخططون والمختصون في هذا المجال. ولذا سوف نتعرض في البداية لفلسفة الإعلام من خلال بعدى الملكية والحرية في وسائل الاتصال الجماهيرى، والعلاقة بين الأيديولوجية والاتصال الجماهيرى.

ويكمن الهدف الأساسى من تناول هذه القضايا هو معرفة مدى تأثير فلسفة الإعلام في تشكيل وعى المواطنين، وبعد أن نعرض لفلسفة الإعلام ننتقل لمعرفة السياسات الإعلامية في المجتمعات الرأسمالية والاشتراكية والعالم الثالث. ففى المجتمعات الرأسمالية يدور اهتمامنا حول كيفية تشكيل الوعى الاجتماعى أو الرأى العام من خلال الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في هذه المجتمعات، أما في المجتمعات الاشتراكية، فنجد نظام الاتصال الجماهيرى بكامله ومنهجيته هو نظام متكامل مع المؤسسات السياسية والثقافية. وأخيراً نتعرض للسياسات الإعلامية ودورها في تشكيل الوعى الاجتماعى في مجتمعات العالم الثالث، ويأتى ذلك من خلال التعرف على استخدامات وسائل الإعلام في العالم الثالث، والأدوار المنوطة بها هذه الوسائل، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في عملية التحديث والتغيير هناك إذا استخدمت بشكل جيد واستهدفت الجماهير الحقيقة خاصة بعد أن أصبحت العلاقات الاتصالية – الإعلامية في المجتمع من الأمور الأكثر تعقيداً على حد ما ذهب إليه الاقتصادى الأمريكى «جالبرت» Galbrath، حيث أكد أن استثمار رأس المال الفردى أصبح أكثر استخداماً في التكنولوجيا المتقدمة، وينوه بذلك إلى كيفية استخدام بعض الأفراد لرؤوس أموالهم في العملية الإعلامية، والتأثير على العملية الاقتصادية وتسويق المنتجات(٣).

ونظراً لزيادة أهمية وسائل الاتصال الجماهيرى في الوقت الراهن، فقد أصبحت مصدراً هاماً، بل وأهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا. وقد أكدت بعض النظريات مثل نظرية «مارتن فيشبين» Martin Fishbein على ضرورة استخدام وسائل الإعلام في عملية الإقناع وتغيير السلوك، وأرجعت هذه النظرية عملية تكوين أو تغيير الاتجاهات إلى كمية ونوع المعلومات المتوافرة لدى الفرد وليس إلى عوامل نفسية كما ذهبت النظريات النفسية الاجتماعية. وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل وعى المواطنين في المجتمع المصرى، حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور، بالإضافة إلى أنها تقوم برسم صورة ذهنية لدى الأفراد عن الدول والمواقف والأحداث. ونظراً لهذه الأهمية التي

تمثلها وسائل الإعلام في عملية تشكيل الوعى الاجتماعى، فنعرض لتكنيكات تشكيل الوعى وإبراز دور الصحافة، والإذاعة والتليفزيون في هذه العملية.

وبالإضافة إلى دور وسائل الاتصال الجماهيرى في عملية تشكيل الوعى، فهناك الأسرة والمدرسة، والمؤسسة السياسة، والمؤسسة الدينية. فقد رأى هيجل أن الأسرة هى النواة الأولى والوحيدة في العلاقات الإنسانية، حيث تبدأ الأسرة بمفردها في إيجاد العلاقات الاجتماعية أولاً وتصبح الأخيرة. ونظراً لزيادة العلاقات الاجتماعية، وزيادة الحاجات الجديدة للسكان فقد تبعها أيضاً زيادة في حاجات الإنسان وأن حقيقة الترابط الإنسانى ترجع إلى اللغة والوعى لدى الإنسان. ويعد وعى الإنسان ضرورياً للترابط مع الأفراد الذين حوله، ووعى الإنسان هو البداية الحقيقية ليعيش الإنسان في المجتمع ككل. ويرى هيجل أن تقسيم العمل بمفرده أصبح بالفعل مثل تقسيم الوقت. ولأن هناك تقسيماً في الحاجات المادية، يوجد تقسيم في الحاجات الذهنية أيضاً. وهناك ارتباط بين تقسيم العمل وتقسيم الوعى(٤).

أولاً- فلسفة الإعلام وتشكيل الوعى الاجتماعى

يقصد بفلسفة الإعلام – على حد ما ذهب إليه الدكتور «محمد سيد محمد» – محاولة النظر في جوهر الإعلام وتحليله واستقصاء أبعاده المختلفة، وهو النظر إلى المشكلة الإعلامية نظرة فلسفية، تحدد طبيعة المشكلة وتفسرها، وتربط ما بين جوانبها من علاقات، وتتركز أهداف الفلسفة الإعلامية في أربعة أهداف، يدور الأول حول تحديد هدف النشاط الإعلامى في المجتمع، إذ لابد لرجل الإعلام أن يعرف الفلسفة الإعلامية لواقعه الاجتماعى، أما الثانى فيتركز حول زيادة فاعلية الإعلام في المجتمع وقوة تأثيره، وعندما يدرك رجل الإعلام الفلسفة الإعلامية في مجتمعه ويقتنع بها، فإنه يجد الدافع الحقيقى والقوى لإقناع الناس بما يقدم لهم من إعلام. ويتركز الهدف الثالث الذي تسعى إليه فلسفة الإعلام حول تجنب التناقض أو التضارب في النشاط الإعلامى، ويتجلى ذلك في أن فلسفة الإعلام هى الميزان الذي نزن به ما يجوز من عدمه في النشاط الإعلامى. وأخيراً يسعى الهدف الرابع للفلسفة الإعلامية إلى وضع إطار تنظيمى للمؤسسات الإعلامية في المجتمع لأنه في ضوء هذه الفلسفة يصبح الإطار التنظيمى للمؤسسات الإعلامية واضحاً، ويتحدد من يملك الوسائل ومن يديرها، وكيف تمول؟(٥)

وفى ضوء الهدفين الثانى والرابع يدور حديثنا حول فلسفة الإعلام، وما تسعى إليه وسائل الإعلام – في المجتمعات الرأسمالية والاشتراكية ومجتمعات العالم الثالث– في تحقيق هذين الهدفين. ويحسن بنا نتعرف على وسائل تحقيق الهدف الرابع في البداية حتى نتعرف على الإطار التنظيمى للمؤسسات الإعلامية في المجتمع، ثم نتعرف على الطرق التي تتبعها وسائل الإعلام في عملية الإقناع والتأثير في الجمهور.

ويرتبط الهدف الرابع بمعرفة العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام في المجتمع ودرجة الحرية المتاحة، وانعكاس هذا النظام على عملية تشكيل الوعى الاجتماعى. أما تحقيق الهدف الثانى الذي تسعى إليه الفلسفة الإعلامية، فيرتبط بشكل وثيق الصلة بالأيديولوجية السائدة في المجتمع. وهناك علاقة وثيقة بين أيديولوجية الدولة ونظم الاتصال الجماهيرى الموجودة بها. وتستمد وسائل الاتصال أهدافها وخططها من هذه الأيديولوجية. ويتركز الهدف الأساسى لهذه الوسائل في مساندة ودعم أيديولوجية الدولة.

١– العلاقة بين الملكية والحرية في وسائل الاتصال الجماهيرى

أشار أحد المشاركين في المائدة المستديرة التي نظمتها اليونسكو بشأن «نحو نظام عالمى جديد للإعلام والاتصال» إلى أن ملكية الدولة لهذه الوسائل لاتترادف مع ملكية الشعب التي تمنح قوة مؤثرة على وسائل الإعلام، وفى الوقت نفسه أشار آخرون إلى الأثار السلبية للصحافة الخاصة المدارة من أجل الربح.

وأكد متحدث آخر بأن حرية الصحافة في بلده تتعرض للتآكل تدريجياً بسبب احتكارات رجال الإعلام،واستثماراتهم الضخمة في صناعة الصحف، وعن قضية التضليل الإعلامى يشير باحثون أنه لا توجد وسيلة متاحة أمام الصحفيين لإطلاع شعوبهم على الحقائق في بلد يفتقر إلى الحريات، وبشأن حرية الصحافة، أشار بعض الباحثين أن ادعاءات حرية الصحافة في مختلف البلدان لا تعدو إلا أن تكون ادعاءات مسرحية، وانتقد الكثير من الحضور هذه الحرية وهناك قيود على صحف الدول الأقل تأثيراً على الساحة الدولية في تغطية الأحداث التاريخية والعالمية الكبرى[٦].

نستنتج مما سبق أن الحرية في وسائل الاتصال الجماهيرى هى حرية نسبية

تختلف طبقاً للأيديولوجيات التي تسير عليها الدول. وحتى في المجتمعات الرأسمالية ذاتها، تختلف أنماط الحرية والتحكم في الوسيلة تبعاً لملكيتها، فنجد بعض الحكومات تتمتع بملكية الراديو، ومحطات التليفزيون، ووسائل اتصالية أخرى، وعلاوة على أن وكالات الأنباء هى جزء من أملاك الحكومة، فهى تستغلها في عمليات الدعاية والإعلان للمشروعات الراسمالية ذات النطاق الواسع(٧). ويمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد تجارة كبيرة(٨).

وبالرغم من إصرار الحكومات الرأسمالية على امتلاك وكالات الأنباء، إلا أنها تترك للأشخاص حرية تملك الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون. ويرى أصحاب النظرية الليبرالية أن الشعب يجب أن يعارض بشدة دخول الحكومة مجال الصحافة سواء عن طريق ملكيتها أو تقديم العون لها. ويبرر أصحاب هذه النظرية حجتهم بأن الصحف المملوكة للحكومة يصبح هدفها الأول هو بقاء الحزب الحاكم بغض النظر عن تشجيع التبادل الحر للمعلومات، ونشر الأفكار الحرة المعارضة. وقد نتج عن هذه الحرية أن برزت ظاهرة الاحتكارات في الملكية الصحفية بما يهدد حرية الصحافة، إلا أن نضج الرأى العام في هذه المجتمعات استطاع مساندة حرية الصحافة، ويتاح بين هذين التناقضين قدر من حرية الصحافة وفق ظروف وأدوار وتطور هذا التناقض(٩).

وفى ظل نظام احتكار الشركات للمؤسسات الإعلامية في المجتمع الرأسمالى، نجد أن الذين يتحكمون في ملكية وسائل الإعلام الرأسمالية عادة ذوو أيديولوجية تميل إلى الابتعاد عن الاتجاه المحافظ، وأحياناً لا يتحكمون فقط في ملكية الصحيفة فحسب، بل ويتحكمون في المقال الرئيسى، والخط السياسى ككل، وآراء الصحفيين. وفى إمبراطورية «إكسل سبرنجر» AxelSpringer على سبيل المثال، نجده رجلاً له منظور سياسى قوى ومتعمق في الدين، ويحارب الشيوعية، ويقدم أفكاره مشبعة بالإنحدار(١٠).

ويمكن أن نستنتج مما سبق أن ظاهرة احتكار امتلاك الصحف قد انعكست في النهاية على مضمون الصحيفة. فلما كانت الصحافة مرآة المجتمع لابد أن تعكس معتقدات المجتمع وأفكاره ووجهة نظره، والمؤاثرات الاقتصادية والنفسية التي يتأثر بها، وبدلاً من ذلك أصبحت الصحافة في ظل نظام الاحتكارات تقوم على احتكار الأفكار ذاتها، واحتكار الإعلام والمعرفة(١١).

ونظراً لانتشار ظاهرة الاحتكارات في المجتمعات الرأسمالية، وظهور خطورتها على حرية الصحافة وحرية الإعلام فقد ارتفعت أصوات كتاب ومفكرين، بل وحكومات ومنظمات دولية – مثل الأمم المتحدة – تنادي بتحرير صناعة الصحافة والصناعات المتصلة بها من سيطرة رأس المال الخاص، وطالبت دول عديدة بهذا المطلب مثل فرنسا وبريطانيا وأمريكا(١٢).

وقد استطاعت بريطانيا تحقيق النهج السابق، لكن في مجال الراديو والتليفزيون وذلك لخضوعهما للملكية العامة، وتمتعها بدرجة عالية من الاستقلالية عن الحكومة، إلا أنهما يظلان منحدران في بيئة رسمية، ويمارسان نشاطهما في مناخ رسمى، وتتحرك سياستهما في إطار أيديولوجية عامة، وسياسة عامة تهتم بتقديم الدور الإيجابى للدولة، وتبتعد هيئة الإذاعة البريطانية عن الدور السلبى خلال نقدها – اللهم إلا في بعض الأحوال(١٣) وهذا لا يمنع الحكومات والسياسات الرسمية من توجيه النقد لها ومهاجمتها بشرط أن تبقى هذه الوسائل في إطار آمن(١٤).

أما بالنسبة للمجتمعات الاشتراكية وقضية ملكية وسائل الإعلام فتدخل تحت نطاق الملكية العامة حتى تصبح تعبيراً عن مصلحة المجتمع وأهدافه، وبعيدة عن نزوات الأفراد وأنانيتهم، وأن الملكية العامة لهذه الوسائل تؤدى إلى إتاحة حرية التعبير على نطاق شعبى عريض، وإلى تأمين الصحف ووسائل الإعلام الأخرى من أخطار الإعلان، وإلى رفع مستوى المادة التحريرية، كما تؤدى إلى تحرير ضمير الصحفى من سيطرة الاتجاهات الأنانية المصاحبة لاستثمار رأس المال الخاص في الصحافة. وقد استندت ملكية الصحف في هذه النظرية إلى الدساتير وبرامج الحزب الشيوعى التي تنص على أن وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة بطبيعة الحال ينبغى أن توضع في يد المنظمات الشعبية التي تسيرها لخدمة المجتمع، وبدون أى وجه من أوجه الاستغلال(١٥).

وقد أثبت ماركس دليل صحة ملكية وسائل الإعلام إلى المنظمات الشعبية من خلال نقده لنظام الاتصال الجماهيرى في المجتمعات الرأسمالية، حيث يعتقد أن الأفراد الذين يملكون وسائل الإنتاج المادى، يستطيعون التحكم في وسائل الإنتاج الفكرى، بل ولهم قدرة في السيطرة على هذا الإنتاج والتحكم فيه. وربط ماركس بين وسائل الملكية والتحكم الاقتصادى والقوة الطبقية(١٦).

ولما كانت هناك سلبيات تواجه حرية الصحافة والإعلام عامة في المجتمعات الرأسمالية فقد وجهت انتقادات عنيفة إلى حرية الصحافة في المجتمعات الاشتراكية. وتركز النقد الأساسى حول الحظر المفروض على الأفراد في إصدار الصحف، كما أن الحظر يشمل الجماعات والهيئات إلا من خلال خطة عامة وشاملة للنشر والإعلام، بالإضافة إلى ذلك قد تنحرف الصحف في بعض الأحيان إلى عبادة الفرد وترسيخ القهر، لكن لا يمنع ذلك في النهاية من وجود صحافة راقية في هذه المجتمعات يتاح لها فرصة ممارسة النقد البناء[١٧].

أما عن ملكية وسائل الإعلام وحريتها في مجتمعات العالم الثالث، فنجد أن الإعلام بصفة عامة والصحف بصفة خاصة تحظى بأهمية كبيرة، حيث يرتكز نظام الحكم فيها على ثلاث ركائز أساسية هى أولاً: القوة العسكرية واستخدامها في التصدى لكل من يحاول تغيير النظام. وثانياً: وجود أيديولوجية مقبولة جماهيرياً ولوعلى الأقل من حيث الشكل وأخيراً الاعتماد الكبير على الإعلام ومحاولة تقويته في إطار مساندته للسلطة. وتتنوع ملكية الصحف في مجتمعات العالم الثالث، فقد نجد صحفاً مملوكة للحزب الواحد أو للحكومة وهما وجها السلطة الحاكمة، وتوجد مجتمعات تصدر فيها الصحف مملوكة للأجانب كامتداد للاستعمار، وقد يتعثر صدور الصحف الوطنية في هذه المجتمعات أمام سيطرة الشركات الأجنبية على سوق الإعلانات وعلى صناعة الصحف في الوقت نفسه[١٨].

ويؤكد تحليل نظام الملكية في المجتمعات الرأسمالية أن هناك مجموعة شركات تهيمن على الإنتاج الفكرى في هذه المجتمعات، تستطيع توجيه الرأى العام العالمى تجاه أى قضية بالطريقة التي تراها متوافقة مع مصالحها. ولما كانت وسائل الإعلام في هذه المجتمعات قائمة أساساً من أجل الربح فقد فقدت الدور الذي قامت من أجله وهو إبراز الحقيقة دون تحيز. ومن هنا يمكن القول أن أصحاب هذه الشركات لديهم القدرة على تشكيل وعى المجتمع بالطريقة التي يرونها. مما قد ينشأ عنه في النهاية انتشاراً وعى مزيف ومحرف.

أما في المجتمعات الاشتراكية، فإن وسائل الإعلام تكون مملوكة للدولة، ولا يستطيع أى فرد أو مؤسسة إنشاء أى صحيفة أو محطة إذاعية، أو تليفزيونية - باستثناء المؤسسات التي تتبع الخطة العامة للدولة، ومن هنا يستطيع القائمون على هذه الوسائل توجيه الرأى العام في خدمة النظام القائم والمحافظة عليه واستمراره.

وقد ينشأ عن ملكية الدولة لهذه الوسائل والتحكم فيها إخفاء الحقائق عن المواطنين، وإبراز الإيجابيات،وإهمال السلبيات، مما ينتج عنه في النهاية أن يعيش الشعب فترات طويلة في الظلام والتعتيم، ويتشكل وعى اجتماعى يسوده الزيف ويحرف الحقائق.

وأخيراً في مجتمعات العالم الثالث نجد أن وضع وسائل الإعلام يتأرجح بين النظامين الرأسمالى والاشتراكى. فقد نجد دولاً تتبع النظام الرأسمالى، وتحاول تطبيق ما يخدم مصالح حكامها، ويتوافق مع أهدافهم. وتوجد دول أخرى تمسك بقبضة من حديد على حرية وسائل الإعلام فيها، وتستطيع تسخير هذه الوسائل لتبرير الوضع القائم، ومحاولة إضفاء صفة الوطنية على حكامها. ونتيجة لتخبط مجتمعات العالم الثالث بين الأيديولوجية الرأسمالية والاشتراكية نجد في النهاية أن وسائل الإعلام تسير في واد، والجماهير في واد آخر وينتج عنه في النهاية حدوث اغتراب للمواطنين عن مجتمعهم، مما قد يؤدى إلى انتشار الوعى الزائف، ويكون لوسائل الإعلام في هذه المجتمعات القدرة على تزييف واقع المواطنين، وتشويه الحقائق وتحريفها، والإيحاء للناس بأنه ليس في الإمكان أبدع مما كان.

٢- العلاقة بين الأيديولوجية والاتصال الجماهيرى:

نتيجة لفشل الوسائل التقليدية في التحكم الأيديولوجى، فقد وجد من يحث على البحث عن وسائل أكثر فعالية لكى تؤثر في عقول الجماهير. وقد زاد الاهتمام حديثاً بتقييم الوسائل الإعلامية، وبدأ الاهتمام بالسياسات الاتصالية على المستوى الاجتماعى، لأن السياسات المنظمة، والخطط طويلة المدى تكون لها استجابة فعالة في التطور الواقعى للنظام الاقتصادى الاجتماعى. ولذلك ظهرت الحاجة إلى سياسات وخطط في مجال الاتصال كى تقوده من الواقعية إلى التحكم الأيديولوجى، وإلى اتجاه أكثر عمومية نحو العمليات المتعلقة بالنظام الاقتصادى الاجتماعى[١٩].

ويرى «جيمس كرون» James Curran أن الأيديولوجية في معظم معانيها المتميزة تهتم بتوصيل الأنساق الهامة عبر اتجاهات طبقية، وهذا يفهم على أنها ليست عمليات مبهمة، لكنها تقوم بدور مؤثر. ويبين المنظور التالى علاقة الأيديولوجية بالوسيلة من خلال ثلاث قضايا رئيسية هى:[٢٠]

١- يهتم الافتراض الأول بطبيعة الضبط الاجتماعى الذي تظهره الوسيلة، والسؤال المحورى هنا يهتم ببناء ملكية الوسيلة، وتحكم الطبقة المسيطرة في عمليات الوسيلة التي تحوزها.

٢- الافتراض الثانى، هو ظهور الأيديولوجية على مستوى التحليل الرسمى. والسؤال الذي يتبادر هنا عن الكيفية والأساليب الفنية، والنظم الهامة المرتبطة بعمل الوسيلة.

٣- الافتراض الثالث والأخير، هو منظور الشمول، حيث نجد ملكية الوسيلة للدولة، كما هو الحال بالنسبة إلى BBC البريطانية، والإذاعة والتليفزيون في مصر. فالوسيلة هنا تلعب دوراً هاماً في عمليات تشكيل الوعى الاجتماعى.

ولكن من العبث القول بأن القضايا السابقة هى نظرية تجريدية فقط، فهى مرتبطة بقضايا واقعية تختص بالممارسة السياسية فاهتمام الماركسية بوسائل الاتصال يكمن في الحاجة إلى تقديم المعرفة إلى العمال، ويكون الهدف وراء ذلك قلب نظام الإنتاج،وإبراز فعالية المؤثرات الأيديولوجية المسيطرة، والمساهمة في تشكيل وعى ثورى يناهض الجماعات الظالمة ويقف ضد الطبقية(٢١).

وقد برز تأثير وسائل الإعلام في التحليلات الماركسية واضحاً، وتمثل ذلك في نشر أيديولوجيات تستطيع من خلالها جماعات الطبقة العاملة مقاومة الوعى الزائف الذي تفرضه الطبقات البرجوازية. ومن القضايا الهامة التي اهتمت بها معظم أبحاث الاتصال الحديثة هى «التمركس» Marxist أو «الجمعية»- الأسلوب الجمعي- بالإضافة إلى الاهتمام بالتأثير السياسى للوسيلة، والملكية، والأعمال المتشابكة التي يقوم بها البناء التنظيمى للوسلية(٢٢).

وفى كتابه «الإمبراطورية والاتصال» كتب «أنييس» Innis سنة ١٩٧٢ الدراسة الافتراضية التي أجراها عن تأثير وسائل الإعلام والتشكيلات الثقافية الأخرى، وجد «أن وسيلة الاتصال أثرت في التحول الثقافى عبر المكان والزمان، ووجد أيضاً الاهتمام بالعامل الدينى، واستخدمه كأساس هام في كل من التحول الثقافى والثقافة ذاتها. ومن هنا كانت هناك مجتمعات نوعية اختصت باتجاهات ثقافية معينة مثل مصر القديمة التي انتشرت فيها المحاباة الدينية، والتقديس الأعمى من خلال ظهور معبد وقوم وكهنة(٢٣).

وقد اهتمت معظم الدراسات بتأثير وسائل الاتصال في الأيديولوجية، فكان التركيز منصباً على الصحافة باعتبارها تلعب دوراً هاماً في رسم سياسة المجتمع وتشيكله(٢٤)، حيث تعتبر الصحافة أول وأعظم مثال واضح في الدور الأيديولوجي الذي تقوم به في الحياة الثقافية. فالصحافة في كل مكان تختلف نوعياتها بصورة واضحة، وفى مضامينها واتجاهاتها، بعضها واقعى ومحافظ، والآخر مثير وذات طابع هجومى. وهناك صحف توظف لنقل فكر حزب معين أو تعبر عن مصلحة، أو تنقد السلطة، أو تدافع عنها بهدوء وهكذا(٢٥).

وعلى جانب آخر هناك ارتباط بين الأيديولوجية والثقافة الشعبية. وقد اهتم «جرامشي» بدراسة العلاقة بين الأيديولوجية الشعبية Popular Ideol-ogy، والأيديولوجيات النظامية للأحزاب المختلفة، ومؤسسات الدولة. واعتبر «جرامشى» الثقافة الشعبية بأنها نقطة انطلاق لتغيير الأوضاع القائمة. ومن هنا كان اهتمامه بدراسة الفولكلور. وتركز اهتمامه ليس في إطار دافع رومانسى للحفاظ على التراث، وإنما باعتباره أحد العوامل الهامة في تشكيل التوجه الأيدولوجى للجماهير ورؤيتهم للدولة، وأجهزة الحكم وممارستها الأيدولوجية، وأساليب التعامل معها(٢٦).

وأخيراً إذا حاولنا البحث عن الصورة الواقعية للاتجاهات الأيدولوجية لمن يعملون في حقل الإعلام والثقافة، فنجدهم ينقسمون إلى ثلاث فئات كبرى هم(٢٧):

١- أولئك الذين يشار إليهم بأنهم يصنفون تحت ظلال اليسارية.
٢- الناس الذين تكثر أو تقل ثقتهم بالاتجاه المحافظ القوى.
٣- الذين ربما تكثر أعدادهم، وهم ذوو التزامات سياسية، ويرغبون في تجنب المتاعب، مثل هؤلاء الناس ينتمون إلى حزب واحد، ويستطيعون بسهولة التكيف مع متطلبات وظيفتهم.

ثانياً- السياسات الإعلامية وتشكيل الوعى الاجتماعي

يختلف وضع السياسات الإعلامية في المجتمعات، تبعاً للأيديولوجيات التي تنتهجها. ففى المجتمعات الرأسمالية مثلا تتمتع وسائل الإعلام بدرجة كبيرة من الحرية في مضمون ما تقدمه من مواد ثقافية وسياسية وترفيهية، إلا أن هذه الحرية تتحكم فيها شركات صناعية الاتصال الجماهيرية أما في المجتمعات الاشتراكية

فقد نصت الدساتير على ضرورة تملك الدولة لإمكانات صناعة لوسائل الاتصال، وتصدر جميع الصحف عن الهيئات الجماعية، أو الحزب الشيوعى المركزى[٢٨] وبالنسبة وسائل الإعلام في مجتمعات العالم الثالث، فهى تخضع لسيطرة حكوماتها في معظم الأحيان بالإضافة إلى أنها تواجه صعوبات اقتصادية وثقافية، حيث تعانى من تخلف صناعى وتكنولوجى، وعادة تقل أعداد الصحف لضعف الإمكانات المادية، وعلاوة على ذلك ترتفع نسبة الأمية بشكل ملحوظ في هذه الدول مما يقلل من حجم توزيع الصحف. ولذلك تجد الحكومة والأحزاب السياسية والهيئات الأجنبية فرصتها للتدخل في توجيه سياسة هذه الصحف[٢٩].

١ـ السياسات الإعلامية وتشكيل الرأى العام في المجتمعات الرأسمالية:

تقوم السياسات الإعلامية في المجتمعات الرأسمالية – وفقاً لنظرية الحرية– على مبدأين أساسيين هما حرية تملك الأفراد لوسائل الاتصال الجماهيرى، وعدم فرض رقابة أو أى قيود من قبل الدولة على ما تقدمه هذه الوسائل. وطبقاً لهذه النظرية يستطيع أى فرد في المجتمع تملك أى صحيفة، أو محطة إذاعية، أو تليفزيونية، ويقدم من خلالها مواد إعلامية تخدم أهدافه التجارية أو مشروعاته الاقتصادية، وبالتالى يتشكل رأى عام– وعى اجتماعي– يكون متوافقاً ومدعماً لاتجاهات وأراء وأفكار مالك الوسيلة.

وتأتى معالجتنا لدور السياسات الإعلامية في تشكيل الرأى العام من خلال عرض العلاقة بين الاتصال الجماهيرى والتدرج الطبقى في المجتمعات الرأسمالية، وممارسة حرية وسائل الإتصال الجماهيرى. ومن خلال هذين المنطلقين تكون العلاقة بين وسائل الإعلام والرأى العام في المجتمعات الرأسمالية.

أ ـ العلاقة بين الاتصال الجماهيرى والتدرج الطبقى في المجتمعات الرأسمالية:

بلغ الاهتمام المتزايد بالتحليلات السوسيولوجية لوسائل الاتصال الجماهيرى في الغرب بدرجة كبيرة. ومرد ذلك أولاً أن الجهاز الإعلامى في الغرب والولايات المتحدة لديه القدرة على خلق حالة من القبول الشعبى بأهداف وقيم «الاقتصاد السلعي»، وهى مهمة تتم تأديتها بدرجة من النجاح، يركز فيها المشاهد أو المستمع

انتباهه بعناية شديدة. وثانياً إن ما يشاهده الناس، وما يقرءونه أو يستمعون إليه، وما يفعلونه من مأكل وملبس قد أصبح كله من وظائف الجهاز الإعلامى في الغرب. فهو يقرر الأذواق، والقيم التي تتفق مع المعايير التي تفرضها وتعززها مقتضيات السوق(٣٠).

والمؤسسة الإعلامية في البلدان الرأسمالية المتقدمة تكاد تكون أداة الاتصال الوحيدة بين الحكام والمحكومين. ويسيطر عليها أصحاب الشركات والمؤسسات الإعلامية، والذين هم بطبيعة الأمر قريبون من السلطة. وتتركز مهمتهم في مراقبة عملية تدفق المعلومات والآراء، وتتحول وسائل الإعلام إلى مجرد أبواق دعاية للنظام القائم والحكومة القائمة. وتتخذ وسائل الإعلام في هذه الدول أسلوبى الإثارة والتهدئة، حيث تقوم المؤسسة الإعلامية بتجزئة الحقائق، وتقديم المعلومات المغلوطة، وتضخيم بعض الأحداث، وتهوين من بعضها الآخر. وتتم هذه العمليات جميعها في إطار عملية واعية لتصنيف الأحداث وترتيبها وإعادة تركيبها بما يخدم الرسالة الأيديولوجية للطبقة الحاكمة، وبما يهدف إلى تجهيل المواطن، وتزييف وعيه، وخلق رأى عام زائف، لكن هذا الرأى مؤيد للسلطة القائمة والنظام القائم(٣١).

وبالرغم من الخصائص الاقتصادية التي تميز وسائل الاتصال الجماهيرى في الولايات المتحدة والغرب، إلا أن بعض علماء الاتصال الجماهيرى يرون أن الاقتصاد ليس هو المؤثر الوحيد، والمحدد للسلوك الاتصالى الجماهيرى، فقد أكدوا على أن العوامل المادية وتوزيعها يعد برهاناً قوياً على دورها في مجال إنتاج الثقافة، لكن يبدو أن التحكم الاقتصادى يظهر بطريقة غير مباشرة من خلال التحكم في أجهزة الاتصال الجماهيرى، والتحكم في القائمين على هذه الأجهزة(٣٢).

هذا هو الوضع الذي وصلت إليه نظم الاتصال في المجتمعات الرأسمالية، لكن يخرج عن هذا النطاق فكر البلاد الاسكندنافية- السويد والنرويج والدانمارك- في عدم ارتباطه بما يحدث على الساحة العالمية. وتشير الاتجاهات العالمية أن البلاد الاسكندنافية تمثل موقفاً فكرياً خالصاً من أى سيطرة لاتجاهات ثقافية فردية، ومن أى قوى سياسية فعالة ونتيجة لذلك هناك اختلاف بين البلاد الاسكندنافية وبقية العالم الغربى(٣٣).

ب- حرية وسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمعات الرأسمالية:

تتمتع وسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمعات الرأسمالية بحرية تامة،

بعيداً عن احتكار الحكومات لها. ومن يعمل في هذه المؤسسات يمثل خطراً كبيراً على أنظمة الحكم، وذلك لأنهم في اتصالهم أو عرضهم للأحداث يسببون إزعاجاً للحكومات أو المؤسسات العامة أو الأشخاص(٣٤). وبالرغم من ممارسة هذه الحرية، فهذا لا يمنع من وجود قوانين وتشريعات رسمية يخضعون لها، بالإضافة إلى الظروف الاقتصادية التي تحكم حرية إصدار ونشر الصحف في هذه المجتمعات.

وتعد الصحافة وستظل قوة كبرى في المجتمع الأمريكي والمجتمعات الرأسمالية، ومن خلال تقديم الصحيفة للمعلومات، يسهل عليها التفاعل مع كل مؤسسة صغيرة وكبيرة في المجتمع(٣٥). وعندما نقارن درجة الحرية في وسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمعات الرأسمالية، نجد أن الصحافة في الولايات المتحدة أكثر حرية عنها في بريطانيا، خصوصاً في تعاملها مع السياسة والقانون. والصحفي المحرر أو الميداني على منزلة رفيعة في أمريكا عنها في بريطانيا وللصحفيين الأمريكيين القدرة على كشف السياسات الأمريكية، وتقديم الخدمات للجمهور، حتى المعلومات العسكرية يستطيعون الحصول عليها من خلال أي حديث تليفوني بين الصحفي والقيادة العليا(٣٦).

وبالرغم من تمتع الصحافة في المجتمعات الرأسمالية بدرجة عالية من الحرية، إلا أن هذه الحرية مواجهة دائماً بالأخطار والتهديدات وأبرز دليل على ذلك امتلاك أفراد قلائل من رجال الأعمال لعدد من الصحف، أو سيطرة بعض الشركات على مجموعة من الصحف، وهذا شعور ربما يفقد بعض الصحفيين القدرة على نشر الآراء السياسية، والإحساس بفقدان القوة والتحكم في الصحيفة(٣٧).

جـ- الاتصال الجماهيري وتشكيل الرأي العام في المجتمعات الرأسمالية:

يشير مصطلح الرأي العام Public Opinion عند هابيرماس أنه يقوم بمهام النقد الواعي، والتحكم في آراء الأفراد بطريقة غير رسمية، ويظهر ذلك بصفة واضحة في الانتخابات(٣٨). وقد أظهرت الدراسات الميدانية التي أجريت على عينة من الأشخاص الذين يعيشون في المدن الأمريكية أن الصحف والمجلات والسينما، تعتبر الآن قوية ومؤثرة، حتى أنه يمكن النظر إليها بأنها تلعب دوراً رئيسياً في تشكيل الرأي العام. فقد وجد أن ما يقرب من ٦٠٪ من الأشخاص الذين يعيشون في المدن

الأمريكية يشاهدون على الأقل فيلماً سينمائياً واحداً في الشهر، وأن ٥٠٪ منهم يستمعون إلى الإذاعة بمعدل يوم واحد في الأسبوع لفترة تتراوح بين ساعة وثلاث ساعات، وأن ٢٥٪ منهم يستمعون إليها أكثر من ثلاث ساعات، وأن ٦٠٪ يقرءون مجلة واحدة على الأقل وبصفة منتظمة. وقد توصل أصحاب هذه الدراسة إلى أن وسائل الاتصال الجماهيرى تلعب دوراً هاماً في تغيير الرأى(٣٩).

ويمكن القول أن عملية تشكيل الوعى الاجتماعى في المجتمعات الرأسمالية تقوم بها مؤسسات معينة، أنشطها وأهمها على الإطلاق هى المؤسسات الإعلامية، ولا تتدخل الحكومة في ممارسة الأخيرة، باستثناء إذاعة صوت أمريكا، فمن هنا تكون عملية تشكيل الوعى عملية فردية، إلا أن هذا الوعى قد يكون مصحوباً بالخطر، ويشوبه في أحايين كثيرة ألوان من الزيف والخداع، ويأتى ذلك من خلال تعدد وسائل الإعلام وقدرتها على التأثير في الفرد هذا من جانب، وعدم إيجاد الوقت اللازم لتمكين الفرد من التفكير والتعمق فيما تنادى به وسائل الإعلام من أفكار وآراء، بالإضافة إلى أن هذه الأفكار تخرج إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في صورة شيقة وجذابة.

٢ـ السياسات الإعلامية وتشكيل الوعى الاجتماعى في المجتمعات الاشتراكية (الصين الشعبية نموذجاً):

إن نظام الاتصال الجماهيرى بكامله ومنهجيته في المجتمعات الاشتراكية نظام متكامل مع المؤسسات السياسية والثقافية. وإذا تخيرنا نموذجاً يبين ملامح السياسات الإعلامية في مجتمع اشتراكى فسنأخذ الصين الشعبية، وقد ارتبطت السياسات الإعلامية في الصين بالثورة الثقافية التي تزعمها «ماوتسى تونج» حيث كانت الثورة الثقافية تمثل جدالاً مستمراً وممتداً لتوضيح أهداف وسياسات الصين الشعبية. وكانت هدفاً لتحديد الطريق الاشتراكى والطريق الرأسمالى وتنظيم الصينيين لأنفسهم لاقتفاء أثر الماضى. فبدأت الثورة بقيادة الزعيم «ماو» من خلال بعض الأدوار المحددة، والكتب والدوريات، والتأثير الأيديولوجى. وانتشرت الثورة الثقافية في الجامعات والمدارس، وانتقد الطلبة حكم الصفوات، وانتعشت الثورة من خلال الانتقادات التي توجه لموظفى الحزب على كافة مستوياتهم. وقد شملت الثورة الجهاز الحكومى بأكمله، بالإضافة إلى كل التنظيمات الجماهيرية بكافة مستوياتها(٤٠).

لقد كانت سياسة كل وسائل الاتصال الجماهيرى قبل الثورة الثقافية في الصين تتسم بالطابع البرجوازى والصفة الليبرالية. ويتناسب مضمون وسائل الإعلام إلى حد كبير مع المصلحة العامة المادية الباعثة على الفردية والأفكار الإقطاعية، والقيم الأجنبية. فقد كانت برامج الراديو إقطاعية وبرجوازية في اتجاهاتها، ولذلك كانت تذاع قصص عن الفيلة التي تصنع الحب في الغابة. وعن الجزر الجميلة التي بها طيور وثعابين. وكذلك عكس إنتاج الفيلم السينمائى واقع المجتمع الصينى بطريقة مزيفة، وفسر التصور البطولى للجنود والعمال والفلاحين بصورة قبيحة(٤١).

أما السياسات الإعلامية بعد الثورة الثقافية، فاهتمت بمضمون عمليات الاتصال الجماهيرى، وركزت بصفة خاصة على المضمون السياسى. واهتمت بتحديد طبيعة إنتاج وسائل الإعلام والخدمات التي تقدمها وأكدت أيضاً على كيفية ارتباط سياسات الإعلام ومؤسساته بالمؤسسات الاجتماعية الأخرى حتى تتوافق مع ظروف النظام الاجتماعى الجديد- الاشتراكى الشيوعي- أو المحافظ المجدد(٤٢). وعن برامج الراديو بعد الثورة الثقافية في الصين، فنجد أن نصف برامجه كانت مخصصة لـ «أوبرا بكين»، والإنتاج المحلى، والموسيقى الثورية. أما برامج التليفزيون فاهتمت بالأخبار والأدب والفن والثقافة، وتحكى ما قدمته الثورة من إنجازات في صور روايات أو تمثيل صامت وأصبح الإنتاج السينمائى أيضاً بعد الثورة الثقافية يتبع مبادئ عامة، منها دعم ديكتاتورية البروليتاريا، وخدمة البناء الاشتراكى، وإبراز الإنجازات الضخمة للعمال والفلاحين، والجنود والمثقفين والطلبة في ظل الصراع الطبقى، والصراع من أجل إنتاج خبرة علمية(٤٣).

ولم يقتصر تأثير الثورة الثقافية في الصين على وسائل الإعلام فحسب، بل أمتد ليشمل كافة مجالات الحياة، فامتد تأثيره إلى الإنجازات الأدبية والفنية. واهتمت الثورة بإجراء عمليات نقد دقيقة للماضى، وأشكال الفن المستورد. وأسرع الصينيون إلى قبول مسلمات هذه الثورة واستجابت الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون لمشاكل الحياة اليومية. وكانت الإذاعة تستدعى الفلاحين والعمال والجنود للمشاركة في البرامج الإذاعية(٤٤).

ولقد تميزت السياسات الإعلامية في المجتمعات الاشتراكية بعدة خصائص منها:

١- التوازن الدينامي بين التوجيه الجماهيرى والتوجيه الطبقى في البرامج، والنظر إلى المتطلبات المختلفة للجمهور، والتعاون في مجال نشر الأسلوب الفنى الممكن في الإنتاج.

٢- المركزية واللامركزية، حتى لا تتطابق مصالح المؤسسات السياسية، فنجد أن البناء الإقليمى المختص بنظام الاتصال الجماهيرى تسوده اللامركزية من أجل ترويج وإعلاء صوت الديمقراطية في كل المناطق على كافة المستويات المحلية، وفى الوقت نفسه، تكون المركزية كافية لتأكيد اهتمامات المجتمع.

٣- الربط بين وسائل الإعلام ونظم المؤسسات الأخرى، حيث توجد محاولة لإيجاد تكامل بين وسائل الاتصال الجماهيرى، ونظم مؤسسات الاتصال السياسى، والتعليم العام والثقافة السياسية الاتصالية، والسياسة الاجتماعية.

٤- خلق الإقبال، إذ لابد من خلق إقبال جماهيرى عال على الأخبار الهامة، والمتطلبات الذهنية الإنسانية في إطار عام(٤٥).

وبصفة عامة، الصحافة أو وسائل الإعلام في النظام الاشتراكى هى عملية التقاط المعلومات الاجتماعية وتنقيحها ونشرها. وتفترض هذه العملية وجود تصور فكرى مسبق عن هدف وسير استراتيجية النشاط الاجتماعى وتنظيم ومراجعة تحقيق هذا النشاط. وتقوم الصحافة في النظام الاشتراكى على مبادئ أساسية، تتمثل في تصوير الواقع دون تشويه، والارتباط بقضايا المجتمع والنظام السياسى القائم، وبالأيديولوجية السائدة فيه، وتلعب دوراً في التوعية بأيديولوجية النظام الاجتماعى. بالإضافة إلى ذلك تهتم الصحافة بالعمل الجماعى وتبرز العلاقة القائمة بين الحدث والمجتمع(٤٦).

٣- السياسات الإعلامية وتشكيل الوعى الإجتماعى في العالم الثالث:

بالرغم من تأكيد الدستور الدائم لحقوق الإنسان على حرية الفرد في التعبير عن رأيه بكافة وسائل الإعلام المختلفة، إلا أن سياسات الإعلام في الدول النامية تتخذ نمطاً معيناً في سياساتها بفرض القوانين المقيدة لحرية التعبير، إذ تخضع وسائل الإعلام في مجتمعات العالم الثالث لسيطرة حكوماتها، بالإضافة إلى مواجهة

صعوبات اقتصادية وثقافية، فهى تعانى من تخلف صناعى وتكنولوجى، وعادة تقل أعداد الصحف لضعف الإمكانات المادية، وحاجة الصحف للإعلانات التي تمولها، وبالطبع لن تتوافر هذه الإعلانات إلا بوجود الصناعات الضخمة التي تزودها. كما أن نسبة الأمية مرتفعة جداً في هذه الدول، ومن هنا تجد الحكومة والأحزاب السياسية والهيئات الأجنبية فرصتها للتدخل في توجيه سياسة هذه الصحف(٤٧).

وتوجد أساليب عديدة للسيطرة على وسائل الإعلام في مجتمعات العالم الثالث، وتأخذ أشكالاً عديدة قد تكون قانونية من خلال القوانين والرقابة، أو سيطرة اقتصادية عن طريق التملك والتمويل، أو اجتماعية عن طريق النقد وتستغل كثير من الحكومات القوانين الخاصة بالأمن القومى لتقييد حرية الصحافة(٤٨).

وقد اقتصر دور وسائل الإعلام في مجتمعات العالم الثالث في استخدامها كأداة للتغيير، وليس لتأييد أو تقوية الأنماط السائدة، فوسائل الاتصال الحديثة تساعد من ناحية على إحداث تغييرات سياسية لأنها تشجع دوائر أوسع على المساهمة في أوجه النشاط السياسى، كما أنها تسهل عملية إبراز القادة الجدد(٤٩).

وبالرغم من الدور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام في عملية التحديث إلا أن مخططى التنمية على المستوى القومى في العالم الثالث يضعون أهمية هذه الوسائل كمرحلة أخيرة. وتذهب بعض الحكومات إلى افتراضها بأن وسائل الاتصال الجماهيرى يقتصر دورها على تلقين الأفكار الأولية للتحضر، وأن جوهر فاعليتها يكمن في الدعاية والتنشئة الاجتماعية الهمجية- الديماجوجية- وتتجاهل هذه الحكومات وضع الأفراد بالنسبة لوسائل الإعلام، ودورهم في دعم عملية التنمية(٥٠).

وفى مقابل الاستخدام السابق لوسائل الإعلام، توجد دول أخرى في العالم الثالث تعلق أهمية كبرى عليها، فمثلا ينظر المخططون لعلمية التنمية في الصين وكوبا إلى أهمية تنمية وسائل الإعلام كعامل رئيسى لدفع عجلة التقدم في بلادهم. وفى كثير من الأحيان يكون هناك دمج بين وسائل الاتصال الجماهيرى والاتصال الشخصى بين جماعات صغيرة من العمال والفلاحين الذين يتبادلون الحوار والمناقشة، والتى تهدف من ورائها دمج الجمهور في الحملات التنموية الحكومية المختلفة(٥١).

وتستطيع وسائل الإعلام في العالم الثالث أيضاً مساعدة جماهير الدول النامية على فهم الآخرين، وكيف يعيشون، مما يجعلهم ينظرون إلى أنفسهم نظرة جديدة

ومتفحصة، كما أنها قوة محررة لأنها تحطم قيود المسافة والعزلة، وتنقل الناس من المجتمع التقليدى إلى المجتمع الحديث. ومن خلال القدرة التي تتمتع بها وسائل الإعلام في توصيل المعلومات، فيمكنها المساهمة بنسبة كبيرة في توفير المعلومات المتاحة للشعب كماً وكيفاً، وتستطيع أن توسع الآفاق، وبذلك تساعد على تكوين صفة التفتح والاستشعار بالآخرين، كما أنها تركز الانتباه على مشكلات التنمية وأهدافها، ومن خلال عرض نماذج التنمية في المجتمعات المتقدمة، وإذاعة التقارير السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية من كافة أنحاء العالم الخارجى، يمكن لوسائل الإعلام خلق مناخ فكرى يدفع الناس لإعادة النظر في أحوالهم القائمة، وشكل مستقبلهم(٥٢).

وقد أكتشف القادة السياسيون في الدول النامية أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في منح المكانة، وتمتد هذه الوظيفة لتشمل كل العاملين في حقل تنمية المجتمع وقادة الرأى، ولعل أجهزة الإعلام السوفيتية والكتلة الشرقية هى خير من أولى هذا الأمر عناية خاصة. ولا شك ان حركة التنمية القومية بأسرها يمكن أن تمنح المكانة نتيجة اهتمام أجهزة الإعلام، وهذا من شأنه أن يجذب الناس للمشاركة في التنمية(٥٣).

وتؤكد الدكتورة جيهان رشتى إمكانية قيام وسائل الإعلام في مجتمعات العالم الثالث بالوظائف السابقة، فهى ترى أن وسائل الإعلام الحديثة يمكنها غرس الشعور بالانتماء إلى أمة أو وطن، وتعليم الشعب مهارات جديدة، والرغبة في التغيير وزيادة آمال الجماهير، وأخيراً تشجيع الناس على المساهمة ونقل أصواتهم إلى القيادة السياسية(٥٤). أما الدكتور «محمد سيد محمد» فشبه النشاط الاقتصادى في أى مجتمع من المجتمعات بالدورة الدموية في جسم الإنسان، ويشبه الإعلام بالجهاز العصبى في جسم المجتمع. وما ينبغى على الإعلام أن يقوم به هو تفجير الطاقات الخلاقة داخل الإنسان وشحذها للبناء، وذلك في إطار القديم المتعفن، وإحلال الجديد القويم من قيم وعادات وسلوك، وفى إطار بعث القديم الأصيل ودفعه إلى اتجاه التقدم. فهذه هى الوظيفة الإعلامية في المجتمع(٥٥).

ومن خلال العرض المقتضب السابق للأدوار التي يمكن مساهمة الإعلام بها في علمية التنمية، نستنتج أن استخدام هذه الوسائل يتوقف على السياسات التي تسير عليها والوظائف التي يؤديها القائمون عليها، لكن يبدو أنه في كثير من الأحيان تسير السياسات الإعلامية في مجتمعات العالم الثالث في طريق يؤدى

إلى زيادة التخلف فيها. ويشير «باي» Pye في هذا الصدد، إذا أردنا تصحيح مسار سياسات الإعلام في الدول النامية، يجب توجيه العمليات الإعلامية نحو عمليات التنمية توجيهاً مركزياً، وتزويد السكان بقنوات اتصالية فعالة لتوصيل وجهات نظرهم إلى الصفوة الحاكمة. وجدير بالذكر أن سياسات الإعلام هى أول مرحلة من مراحل التنمية، علاوة على ذلك أن هناك علاقة ارتباطية واضحة بينهما. وتنعدم قيمة تلك السياسات إذا ما وضعت في آخر مرحلة من مراحل التنمية[٥٦].

ولقد أسفرت بعض الدراسات التي أعدتها اليونسكو في هذا الصدد عن مجموعة من المبادئ الأساسية التي يجب أن تلتزم بها السياسات الإعلامية في دول العالم الثالث هى:[٥٧]

١- العمل على ارتباط سياسات الإعلام بأهداف وخطط التنمية الشاملة، وضرورة التكامل بين السياسة الثقافية والسياسة الاتصالية.
٢- إبراز الطابع القومى في السياسات الإعلامية والبعد عن المحليات وخلق وعى لدى الجماهير بترشيد الاستهلاك والكفاية الذاتية.
٣- محاولة إيجاد توازن في تدفق المواد الإعلامية المستوردة أو المقتبسة من الخارج.
٤- ضرورة تقديم المواد الإعلامية لكل أفراد المجتمع بقدر متساو.
٥- ضرورة الالتزام باحترام ما نصت عليه المواثيق العالمية والمحلية بخصوص حرية التفكير والتعبير لكافة المواطنين.

ثالثاً- وسائل الإعلام وعملية تشكيل الوعى الاجتماعى:

عرف «دنيس ماكويل» Denis Mcquail الاتصال «بأنه العمليات التي تزداد فيها المشاركة، ويشترك فيها متنفعون». وتعد هذه المشاركة ضرورية لإتمام عملية الاتصال ولذلك تبدو أهمية الاتصال في المجتمع، فكثير من الحكومات تستخدم وسائل الإعلام كى تبلغ مواطنيها بالقرارات السياسية والاقتصادية، وقد ترغب هذه الحكومات في دفع مواطنيها من أجل إحداث تغيير في السلوك، أو قد تستغل هذه الوسائل في تشجيع الصناعات الآلية لزيادة الكفاية الإنتاجية[٥٨].

وقد كانت خلاصة مضمون أفكار «مارشال ماكلوهان» في كتابه «الكوكب الذهبي» The Gutenbery Claxy أن التكنولوجيا هى امتداد لحاجات الإنسان،

وتأثيرها على قواه وأعضائه وحواسه وأعصابه، ولكن أصبحت الآن التكنولوجيا خارجية، ونظماً مغلقة، وبالضبط مثل اتساع وامتداد البشرية، فتمتد التكنولوجيا أيضاً وتسبب أضراراً في ظل النظم المغلقة. ويبرر «ماكلوهان» كلامه بأن الراديو يشكل خطراً على حواس الإنسان في النظم المغلقة(٥٩).

ويتضح مما سبق أن عملية الاتصال ضرورية للإنسان، وبدونها يعيش الإنسان في بيئة مغلقة على ذاته، وقد أبرز العديد من العلماء أهمية الاتصال للإنسان، ومنهم على سبيل المثال «موريس جانوفيتز» Moris Janowitz الذي حدد وظائف الاتصال الجماهيرى بثلاث وظائف أساسية هى: نقل تراث المجتمع من جيل لآخر، وجمع المعلومات التي تساعده على مراقبة البيئة والإشراف عليها، والمساعدة على ترابط مختلف أجزاء المجتمع في ظل التغيرات الهائلة التي تطرأ على البيئة(٦٠). وعلى الرغم من تركيز «جانوفيتز» على هذه الوظائف – التي يعتبرها وظائف عليا ينبغى على وسائل الاتصال الجماهيرى السعى وراء تحقيقها– إلا أن هناك من ركز على أهمية وسائل الاتصال في تحقيق الترفيه والتسلية والترويج للمذاهب والأيديولوجيات، والأفكار المتعلقة بنظام الحكم القائم، أو استخدامها في وسائل الدعاية والإعلان(٦١).

ونظراً لتعدد واختلاف وجهات النظر حول أهمية وسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمع، فقد أصبحت تمثل دوراً هاماً في حياة الفرد والمجتمع. ويرى الدكتور «أحمد أبو زيد» أن كثيرا من العلماء الذين درسوا أثر هذه الوسائل دراسة ميدانية لم يبالغوا في تقدير الدور الهام الذي تلعبه في المجتمع خاصة تأثيرها في المعايير الأخلاقية، والاتجاهات والقيم السلوكية والدينية، بل ذهب بعض العلماء إلى التشكيك في قدرة هذه الوسائل على خلق انطباع عام، أو صورة معينة لدى الجماهير عن القادة والزعماء السياسيين أنفسهم الذين يسخرون تلك الوسائل لخلق صورة مثالية لهم في أذهان الناس. وأثبتت ذلك دراسات «لاسويل»، و"هوفلند»، و"لازرسفيلد» عن أثر الاتصال الجماهيرى على قطاعات كبيرة من الناس في عدد من المجتمعات– خاصة في أمريكا– حيث تبين لهم عدم وجود براهين مؤكدة تثبت فعالية وعمق هذه التأثيرات في الناس(٦٢).

وإذا حاولنا تفسير اختلاف وجهات النظر حول أهمية وسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمع، فربما يرجع ذلك إلى ارتفاع مستوى التقدم التكنولوجى في

المجتمعات المتقدمة، كذلك ارتفاع مستوى التقدم العلمى والثقافى لدى المواطنين. أما إذا نظرنا إلى الوظائف الحالية لوسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمعات النامية، باعتبارها - وسائل الاتصال الجماهيري- وحدة عضوية ترتبط ببناء المؤسسات السياسية، وأنها جزء من بناء المؤسسات الثقافية والتعليمية، فتتركز وظائفها السياسية في الإثارة الاعلامية والعمليات الدعائية، أما وظائفها الثقافية، فهى وسيلة نقل للثقافة والتعليم والتسلية، إلا أن التسلية المقدمة يمكن أن تكون عاملا مشجعا لنقل المعلومات، أو تقف عقبة أمام إمكانية نقل الثقافة. ولذلك يمكن القول بأن وسائل الاتصال الجماهيرى قد يكون لها دور مشجع أو دور سلبى في فعالية تعليم الجمهور(٦٣).

١ـ أثر وسائل الاتصال الجماهيرى في المجتمع:

أثبت علماء الاجتماع أن سهولة اقتناء وسائل الإعلام يخلق الوعى في المجتمع، ويخلق استجابات جماعية، ومحاكاة الجماعات الفرعية. وقد أجريت دراسات ميدانية في مجتمعات معينة. تبين من تحليل نتائجها أن هناك ارتباطا بين قطاعى الإعلام والتنمية- مثل دراسة ليرنر Lerner- عن التحديث في الشرق الأوسط حيث تبين أن الحراك الاجتماعى للفرد يبدأ عندما يرى الأخرون بأنهم ينتقلون من وضعهم الاجتماعى، من خلال محاكاتهم لوسائل الإعلام(٦٤).

وفى دراسة عن التنمية والاتصال في قريتين هنديتين، أكدت الدراسة أهمية الاختيار في التغير السريع للأبنية الاجتماعية، حيث تختلف المنطقة والجنس واللغة والجماعات الثقافية. وفى قرية رو Rao لعبت وسائل الإعلام دوراً هاماً في إعادة ترتيب وخلق معايير اجتماعية جديدة في تغيير المواقف بسرعة.

وتظهر التأثيرات الأساسية لوسائل الأعلام في الوقت الراهن بصورة واضحة، ويبرز ذلك التأثير في الجانب المعرفى عند الفرد بتقديم معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغيير أو خلق صور ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف أو الدول أو الأشخاص. وقد أصبح لوسائل الإعلام تأثير في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور، والطريقة التي يفكرون بها، وفي سلوكهم نحو عالمهم الذي يعيشون فيه. وعلى سبيل المثال تلعب دوراً أساسياً في خلق وتكوين ما يسمى «ببيئة الرأي»(٦٥)

ويؤكد ما سبق، ما يقوله «جوزيف كلابد»- مدير قسم البحوث الاجتماعية بشبكة كولومبيا للإذاعة والتليفزيون - بأن الاتصال الجماهيرى يمارس تأثيرا بالغ الفعالية في خلق رأى عام فيما يتعلق بالقضايا الجديدة، التي لا يملك الفرد حيالها رأيا محددا، ويجهلها أصدقاؤه وزملاؤه في العمل أو الأسرة. فمن هنا تكمن فعالية الاتصال الجماهيرى في خلق مناخ من الرأى، ويفتقد الفرد القدرة على الدفاع عن رأيه. ولذلك فالاتصال يهاجم «تربة غير محصنة» وتكون عملية إبداء الرأى فعالة في حالة الشخص الذي لا يملك أى مصدر آخر للمعلومات حول الموضوع الذي يمكن استخدامه كمحك للاختيار(٦٦)

وقد أصبحت وسائل الإعلام في العصر الحالى مصدرا هاما بل وأهم مصدر لمعلوماتنا ومعارفنا عن العالم المحيط بنا. وفى دراسة أجريت عام ١٩٧٧ على عينة من الشعب الأمريكى، تبين أن ٩٥٪ من أفراد العينة يحصلون على المعلومات الخاصة بالأحداث العالمية من وسائل الإعلام(٦٧). بالإضافة إلى ذلك - تستخدم وسائل الإعلام في تعريف المواطنين من خلال قنواتها المتعددة، في عرض الأحزاب السياسية سياستها قبل الانتخابات المحلية(٦٨).

وإذا كان الاعتماد على وسائل الإعلام يتزايد في المجتمعات المتقدمة، فهو يأخذ صورة أخرى في المجتمعات الانتقالية، حيث يلعب التأثير الشخصى دورا هاما في عرض القضايا والمعلومات الانتخابية، ويفوق في معظم الأحيان تأثير وسائل الإعلام لأنه يبدو أكثر إقناعاً وتأكيدا. وهناك سبب آخر هو أن المواطنين يتبعون قادة الرأى(٦٩). وبالرغم من أهمية التأثير الشخصى، إلا أن أحداً لاينكر أهمية وسائل الإعلام، فيعد التأثير الشخصى محكوماً، حيث يمتد على نطاق قطعة معينة من الأرض، ويتحكم في سلوك أشخاص معينين، أما بالنسبة لوسائل الإعلام، فتنتشر في أماكن متسعة، وتصل إلى كثير من المواطنين(٧٠). وقد عبرت نظرية «مارتن فيشبين» Martin fishbein عن ضرورة استخدام وسائل الإعلام في عملية الإقناع، وتغيير السلوك وأرجعت هذه النظرية عملية تكوين أو تغيير الاتجاهات إلى كمية ونوع المعلومات المتوافرة لدى الفرد، وليس لعوامل نفسية كما ذهبت النظريات النفسية الاجتماعية الأخرى. ويرى «فيشبين» أن الانسان حيوان عاقل يقوم بتحليل واستخدام المعلومات التي تتوافر له. ويقوم البناء النظرى على سلسلة من العلاقات السببية تربط بين الاعتقادات والاتجاهات والنوايا السلوكية(٧١).

وبالرغم من الميزات العديدة التي امتازت بها نظرية «فيشبين» إلا أن النظرية شابها أوجه قصور أساسية تجعلها لا تصلح بمفردها لتفسير الإعلام في التغيير الاجتماعى نظراً لإهمالها العوامل الديموجرافية أو الاجتماعية في التغيير الاجتماعى، لكن يقتصر نجاحها على الحملات الإعلانية في المنتجات التجارية أو المرشحين السياسيين(٧٢)

وقد اهتمت دراسات عديدة بدور وسائل الاتصال الجماهيرى في عمليات التحديث بالمجتمعات النامية، فعلى سبيل المثال، بينت دراسات «كونت ليس» cont less– عن تحديث المجتمعات– أهمية وسائل الإعلام في زيادة مستوى المعلومات والاهتمامات السياسية والمشاركة، وأوضحت أيضا دراسات «الخطيب والهيربابي» El– Khatib، Hirababy التي أجرياها على قرى مصرية، أن وسائل الإعلام خصوصا الصحف، تسهم بالنهوض في زيادة الوعى القومى(٧٣). وأكد «ليو» Lui أن وسائل الإعلام تعد ضرورية في التنسيق المتكامل بين السلطة السياسية والشعب. وفى دراسة لـ «بودر ماكير» powder– maker عن الكيمونات المتباعدة، ومساهمة الرموز في توفير الاستقرار الاجتماعى بين هذه المجتمعات، لاحظ ماكير أن استماع الراديو يقدم عامل التكامل والاستقرار بين الماضى والحاضر، بالإضافة إلى بث المعلومات والقيم، ولا تستطيع البناءات الاجتماعية أن تلعب دورا في تطوير شعوبها دون مساندة وسائل الإعلام لها(٧٤).

كما أكد أيضا علماء النفس على قدرة وسائل الإعلام في تداخلها بين نفوس الأفراد والسياسيين حيث أنها تتوسط العمليات السياسية. ويعبر عن ذلك قدرتها على إبراز الأحداث السياسية مثل المعاهدات والمظاهرات، وتركيز الضوء على القادة. ويتم من خلال الأحاديث التليفزيونية، والحوارات السياسية، مما ينتج عن استثارة ونمو عملاء جدد لوسائل الإعلام مثل شركات العلاقات العامة، وعملاء الانتخابات، والإعلان السياسى(٧٥).

ولقد شكلت المؤسسة الإعلامية كأداة أيديولوجية دوراً هاماً في تشكيل الوعى الاجتماعى بالمقارنة بالدور الذي تلعبه المؤسسات الأخرى. وتأتى أهمية هذا الدور من خلال تحكم الدولة في هذا الجهاز الإعلامى الخطير، حيث تمارس الدولة من خلاله– في العالم الثالث– نفوذها وسيطرتها لخدمة مصالح طبقات معينة في المجتمع. وتبرز أهمية وسائل الإعلام لقدرتها على توصيل الرسالة الإعلامية إلى

المواطنين في منازلهم بأسلوب يأخذ صور الترفيه والإمتاع والتسلية ممثلة في البرامج والمسلسلات والأفلام والإعلانات(٧٦).

والاتصال الجماهيرى في صورته العامة هو عملية نقل وتبادل الحقائق والخبرات والآراء والمعلومات والشعور والإحساس والاتجاهات وطرق الأداء والأفكار بواسطة رموز من شخص إلى آخر أو إلى مجموعة أفراد. وقد تكون هذه الرموز لغة أو أرقاماً أو رسوماً. ومن هنا يكون دور الاتصال الجماهيرى في تشكيل الوعى من خلال ما تقوم به أجهزته بالدعوة والتوعية(٧٧). ومن المهام التي يمكن ان تؤديها وسائل الإعلام في المجتمعات النامية بصفة عامة، والمجتمع المصرى من بينها هى توسيع آفاق المواطنين، وخلق الشخصية القادرة على فهم الآخرين، وتبنى نظرة جديدة متفحصة، وتسهم وسائل الإعلام في خلق مناخ صالح للتنمية عن طريق رفع التطلعات، وبعث المطامح لدى الأفراد في سبيل حياة أفضل وتسهم وسائل الإعلام أيضا في إعادة الترتيب القيمى والسلوكى للجماهير عن طريق خلق المعايير الجديدة، وفرض الأوضاع الاجتماعية المرغوبة، والعمل على تعديل المواقف والاتجاهات. كما تسهم في تدعيم الاتجاهات الراسخة، والتأثير في الاتجاهات والتبشير بالقيم والمثل الإنسانية الرفيعة، وتكوين رأى عام مستنير(٧٨)

ونظرا لهذه الأهمية التي تتمتع بها وسائل الاتصال الجماهيرى، سوف نعرض لكل منها بشئ من الإيجاز مع الوضع في الاعتبار أن الوظيفة الأساسية لأجهزة الاتصال هى تزويد الجماهير بالحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات، ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدى إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعى. وتستخدم وسائل الاتصال الجماهيرى تكنيكين رئيسيين في عملية تشكيل الوعى هما التكنيك التجزيئى fragemenation بوصفه شكلا للاتصال، وتكنيك فورية المتابعة الإعلامية Im-mediacy Information فبالنسبة للتكنيك التجزيئى، نجد استخدام الأساطير من أجل هدف محدد هو السيطرة على الشعب، ويتم إدخالها على نحو غير محسوس في الوعى الشعبى، وهو ما يحدث من خلال أجهزة الثقافة والإعلام. ويتم التكنيك التجزيئى في العمليات الإعلامية من خلال طابع التكرار الآلى للموضوعات الكثيرة التي تقدمها الإذاعة والتليفزيون، في الوقت الذي لا يوجد رابط بينهما- المعلومات- أما الصحف فهى حشد من الصفحات بمواد يتم تناولها

على نحو جزافى في أغلب الأحيان، وتتعمد المجلات تقطيع المقالات، ونقل معظم النص في الصفحات الداخلية بحيث يتعين على القراء تقليب العدد من الصفحات الممتلئة بالمادة الإعلانية حتى يتابعوا القراءة. وكذلك يحدث التقطيع في برامج الإذاعة والتليفزيون(٧٩).

أما عن تكنيك فورية المتابعة الإعلامية، فتكون المادة الإعلامية سريعة الزوال، تعوق عملية الفهم. وتحدث هذه العملية في الولايات المتحدة والمجتمعات الغربية من خلال استخدامها الأجهزة التكنولوجية الحديثة في مجال وسائل الاتصال. وعند حدوث أزمة فعلية أو حتى زائفة، ينشأ جو هيستيرى بعيد عن المعقولية. ويؤدى الإحساس الزائف بالطابع الملح للأزمة المترتب نتيجة الإصرار على فورية المتابعة إلى المبالغة في أهمية الموضوع. فبدلا من أن يساعد الإعلام على تركيز الإدراك وبلورة المعنى، نجده يؤدى إلى عدم التمييز، وعدم قدرة المواطن على التعامل مع المعلومات والتأكد منها(٨٠).

٢ـ دور الإذاعة والتليفزيون في تشكيل الوعى الاجتماعى:

توجد عدة اختلافات بين الإذاعة والوسيلة الطباعية، تتمثل في أن الطباعة تقوم بنشر المعلومات بطريقة بطيئة، وتأخذ وقتاً طويلاً في وصولها إلى المستقبلين. وبالرغم من ذلك فإنها تحافظ على الرسالة، وتبقى على محتويات المعلومة فترة طويلة من الوقت، أما الإذاعة فتتميز بالسرعة في طريقة نشر المعلومة. وتعد أكثر تأثيراً من الوسائل الاتصالية الأخرى، بالرغم من الصعوبة التي نواجهها في قياس فاعليتها. بينما تزداد أهمية التليفزيون في حالة عدم تأدية الكتب مهامها في العملية التعليمية، بالإضافة إلى أنه يثير الرغبات أثناء عرض برامجه، وتقديمه الإعلانات(٨١)

ويبدو أن النقد في كل من الراديو والتليفزيون تتغير أنماطه نتيجة تعاملهما مع إنسان الحياة اليومية، وتختلف الصحف في نقدها عن الإذاعة والتليفزيون، فالصحافة تقدم الأدلة بوضوح نظرا لاتساع المساحة التي يكتب فيها تقارير الأحاديث السياسية. أما بالنسبة للراديو والتليفزيون، فلا يمكنهما إذاعة تقارير سياسية طويلة، إلا أنهما يقدمان أخبارهما بسرعة أكبر من الصحف. وللتليفزيون ميزة تميزه عن الوسائل الأخرى، حيث يستقبل فيه المشاهد حاستى النظر والسمع أما عندما يتعامل المستقبل مع الطباعة أو الإذاعة الصوتية، فإنه بالطبع يستخدم حاسة واحدة فقط، وفى وقت واحد(٨٢).

وإذا حدثت مقارنة بين التليفزيون ووسائل الاتصال الأخرى، فيقدر بعض الباحثين تأثير الأول في المشاهدين بثلاثة أضعاف تأثير الإذاعة. ويأتى ذلك من أن برامج التليفزيون تستطيع إعطاء المواطن الإحساس بالألفة والصداقة، بالإضافة إلى تأثير الصوت والصورة في آن واحد. كما أن برامج التليفزيون العادية لا تتطلب من المشاهد سوى أقل مجهود عقلى لمتابعتها. فالتليفزيون لا ينقل الصورة ساكنة، ولكنه ينقلها مشحونة بالأحاسيس والانفعالات. وقد يلاحظ الجمهور في بعض هذه الانفعالات الخداع والتزييف والعنف(٨٣).

ومن المزايا التي يتمتع بها الراديو والتليفزيون، أنهما يقدمان خدمة فكرية للجمهور بطريقة مبسطة وليست مقتصرة على أهداف معينة. علاوة على أنها وسائل تجارية أو دعائية. فالراديو والتليفزيون في المجتمعات الرأسمالية يمكن أن يحافظا على درجة معتدلة من المحاباة بين الاتجاه المحافظ والليبرالى، والأحزاب العمالية، والأحزاب الجمهورية والديمقراطية، إذ يعد الراديو والتليفزيون من أكثر الوسائل اهتماما بالصراعات السياسية، وأداة مؤثرة تستخدمها حكومة الحزب الحاكم ضد معارضيها(٨٤).

ويمكن للإذاعة والتليفزيون أن يستخدما على نطاق واسع في عمليات التنمية بالمجتمعات النامية، حيث يتم استخدامهما في نقل التكنولوجيا، وتعليم المواطنين. بالإضافة إلى ذلك تعد الإذاعة بمثابة النظام الاجتماعى والتربوى الذي يمكن من خلاله أن نجد إجابات حول مشاكل القرن العشرين الاتصالية، وتزويد الأفراد بالحقائق الهامة، خاصة بعد الزيادة السكانية الرهيبة في العالم. والإذاعة كوسيلة اتصال تكنولوجية، تعد ضرورة في عصر الإلكترونيات، فهى تعتبر عاملاً أساسياً في البلاد الصناعية الغنية والشعوب النامية(٨٥).

ونخلص مما سبق إلى التأكيد على مقولة «ديزارد» – الباحث الأمريكى الشهير– وهى أن في يد الإنسان أداة، مشيرا إلى التليفزيون يمكن أن يستخدمها في إفشاء السلام العالمى، والتقريب بين شعوب العالم، أو يجعلها أعظم سيرك للتلهية عرفها العالم». ويمكن أن ينطبق الكلام نفسه على الراديو. ولكن بعد ذلك، ما هو موقف الإذاعة والتليفزيون بجمهورية مصر العربية من القضايا والأدوار الواجب القيام بها؟

يبدو في حقيقة الأمر أن القائمين على إدارة هاتين الوسيلتين، قد أساءوا استخدامهما. وبالفعل تحقق الجزء الأخير من نبؤة «دايزارد» فقد أصبحت المهمة الأساسية للتليفزيون وكذلك الإذاعة– هى شغل اهتمام الناس تجاه تقليد الثقافات الغربية، ونقل الموضات العالمية، وشغل أوقات التليفزيون بمسلسلات وأفلام الجنس والعنف، ونقل مباريات كرة القدم. ومن هنا استطاعت الإذاعة والتليفزيون في مصر شغل المواطنين بعيداً عن قضاياهم الأساسية، ولذلك نؤكد بأن هاتين الوسيلتين تلعبان دوراً خطيراً في عملية تزييف وعى المواطنين بواقعهم الاجتماعى.

٣ـ دور الصحافة في تشكيل الوعى الاجتماعى:

للصحافة وظائف متعددة ومختلفة، منها الإعلام. والأخير في حد ذاته لايقتصر على نقل وشرح ومناقشة المعلومات. لكن يمتد معناه إلى التعبير عن الآراء والأفكار ووجهات النظر. والصحافة تقدم لقرائها خدمات عديدة بمساعداتهم على تنظيم استغلال أوقاتهم وتسهيل مساعيهم. أما الوظيفة الثانية التي تقدمها الصحافة فهى الترفيه، لأن قراءة الجريدة في حد ذاتها عملية ترفيه واسترخاء مهما كان الهدف منها. وكثيرا ما يقرأ الإنسان الصحيفة هروبا من الواقع اليومى أكثر منه بحثا عن أحداث العالم. فالصحيفة مليئة بأوجه الترفيه والتسلية من ألعاب واستعراضات، وتقدم قصصاً خيالية وعاطفية. وهناك وظيفة ثالثة تؤديها الصحافة هى التأثير في الحالة النفسية والعقلية للقارئ. حيث تعمل الصحافة على إيجاد حالة من التوازن في حالته النفسية والعقلية. وأخيرا تأتى الوظيفة الرابعة وهى الاندماج الاجتماعى للفرد داخل الهيكل الاجتماعى، فقراءة الصحيفة هى حوار ونوع من الانفتاح على العالم. والقراءة تدعم لدى الفرد الانتماء إلى مختلف الجماعات المهنية وغيرها أو التجمعات الثقافية والفكرية أو السياسية[٨٦].

فالصحافة عموما تؤدى خدمة عامة ومؤكدة. لكن يعتبر الدور السياسى من أهم وأوضح هذه الخدمات، فهى تحيط المواطنين علما بالمشاكل القائمة، كما أنها تعرض عليهم الحلول التي تقترحها الحكومة والأحزاب والفئات الاجتماعية. ومن هنا يستطيع الأفراد اتخاذ مواقفهم السياسية وإبداء آرائهم[٨٧].

وبالإضافة إلى ما سبق تطورت مكانة الصحافة في الحياة المعاصرة. وأصبحت

الحكومات تستخدمها في إيجاد الاستقرار، والتعبئة الاجتماعية الواسعة. وصارت الصحافة رمزاً عصرياً وحاجة حضارية كبرى للحكومات والمجتمعات، وتثير قلق الدكتاتوريين الصغار، وفى هذا الصدد قال «دياز» رئيس جمهورية المكسيك – «أود أن أكون صاحب معامل الورق والحبر لأحرقها». وباختصار الصحيفة هى «مجموع عالمنا بصورة مصغرة معروض أمامنا بفنية وبروح الثقافة، وأنها مجموع عالمنا البشرى، بمادياته وفكره وعواطفه، وبظواهره الجائشة والباطنية، وهى تحمل ديالكتيك الصراع بأشكاله المختلفة، وتسجله وتعيد تقديمه(٨٨).

ومن الواضح أن أى وسيلة سواء كانت تليفزيونا أو راديو قد يعانى الجمهور في استقبال المعلومات منها. وفى معظم الحالات يوافق على هذه المعاناة. ولقد ظهر واضحا وجود استجابة بين المعاناة التي تحدثها الوسيلة – مع قبول اللغة وتفسيراتها – والجمهور، وجاء ذلك في تحليلات James chambers لصحيفتى «ديلى نيوز» و"نيويورك تايمز» حيث لاحظ اختلافات هامة بين الصحيفتين في استخدامهما تركيب الكلمات والمفردات. فالكلمات المبسطة والجمل في «ديلى نيوز» مرتبطة كما هى متوقع بخلفية الطبقات التي تقرؤها بينما التعبيرات المعقدة التي تستخدمها «النيويورك تايمز» تتوافق مع قراءة الطبقات المتوسطة(٨٩)

وهناك مظهر آخر تمارسه وسائل الاتصال الجماهيرى على المواطنين وهو الرقابة من خلال الإعلان. فقد تظهر هذه الرقابة بين سطور المواد التحريرية، وتقطيع الأخبار في الصحف والمجلات. وتمارس الشركات الاستثمارية رقابتها على هذه الإعلانات. وتتحكم في اختيار المعلومات ونوعية التفسيرات المقدمة. ومن هنا تنحدر حرية تدفق المعلومات. فمن المؤكد أن يهمل الجمهور الرسالة الإعلامية، لأنه يعتبرها غير متعلقة باهتماماته، أو يعتبرها رسالة مغلوطة(٩٠).

ومن أهم المؤثرات التي تحدثها وسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة. هو فرض قيم ومعايير الطبقات المتوسطة على الطبقات الدنيا، وقد أثبتت الأبحاث الأمبيريقية دور وسائل الإعلام في العوامل المحددة للطبقة مثل الامتثال والتسليم بآراء أحد الأطراف، والشكوك مع قابلية التأثير والاقتناع والاحتكار(٩١). وقد تستخدم الصحافة منظورات(٩٢) متعددة لإقناع القراء، فمثلا تستخدم لغة الأرقام في وصف الظاهرة الاجتماعية. وتستخدم الموضوعية في تقدير أهمية الحدث. ويتم إقناع القارئ وتفسيره للأحداث من خلال حساب الأشياء مثل الوقت والنقود

والناس والأحداث وهكذا. فعلى سبيل المثال أزمة الرهائن الإيرانية (١٩٨٠ – ١٩٨١) كحالة تشير إلى مدى العداء الضخم وعدد الرهائن وعدد الأيام. .الخ. أيضا توضح الصحف الاقتصادية في تقاريرها معدلات التضخم، ومعدل الفائدة. فالأرقام يمكن أن تكون هامة عندما توضح فقط أهمية مغزى معان خاصة – نادرة في تفسيرها – للقراء لكن في الواقع غالبا ما تكون هذه الأرقام مضللة، أو تقود إلى نهايات زائفة مثل التقارير اليومية التي أعدت أثناء الحرب الفيتنامية الأمريكية[٩٣].

ولا يقتصر تأثير صحافة الحكومة على ما تقدمه من منظورات متعددة لإقناع قرائها، بل تمتد يد الحكومات للتحكم فيها، فهى ترغب في إدارة مضمون ما تقدمه الصحف من أخبار، وتلجأ إلى ممارسة ضغوط مختلفة في تهديد ووعيد الصحفيين، إلا أنه في معظم الأحيان يضطر الصحفيون لنشر أخبار ومؤلفات تثق فيها الحكومة. وهناك عديد من الصحف تتحدث على نطاق واسع بعرض وجهة نظرها في المصالح القومية وتقوم هذه الصحف بذلك بإلزام الحكومة لها، لكن توجد في أى مكان صحف متمردة على الحكومة لسبب أو لأخر. وفى هذه الحالة تكون الصحف مؤسسات مستقلة[٩٤]

وعندما نتعرض لدور الصحافة المصرية في تشكيل الوعى الاجتماعى، فسنجد أنها قامت بواجبها على وجه أكمل في بعض الحقب التاريخية، وكانت منبراً جماهيرياً تضئ الطريق لشعبها، تمدهم بالحقائق وتساندهم في نضالهم ضد أعدائهم، وقد حدث ذلك في فترات الاحتلال الإنجليزى لمصر مثلاً إلا أنها في مقابل هذا الدور الإيجابى كانت لها فترات مظلمة لعبت دورا ليس سلبيا فقط بالنسبة للقضايا المصيرية للشعب، بل مارست دوراً هداماً ومزيفاً لوعى المواطنين، وأصبح شغلها الشاغل الاهتمام بقضايا هامشية، استطاعت خلاله استقطاب عقول الناس، وأغفلتهم عن قضاياهم المصيرية.

رابعاً- الإعلام وأساليب تزييف الوعى الاجتماعى:

نتيجة لتعدد أنماط الوعى الزائف في مختلف المجتمعات، فعادة ما تتم هذه العملية بأساليب متعددة ومنها ما تستخدمه الحكومات في تزييف وعى جماهيرها، بما تتبعه في عمليات التضليل الإعلامى، حيث تستخدم التعتيم في المعلومات وحجبها عن الجماهير، أو قد تستخدم التضخيم والتهويل أو التجهيل والإنكار. وتستغل

حكومات شعوب العالم الثالث أبناءها دائماً في هذه العملية نظراً لانتشار الأمية من جانب، وعدم توافر مصادر المعلومات الكافية للمقارنة. أما الأساليب الأخرى المستخدمة في تزييف الوعى بفعل المصادر الخارجية، فتأتى متمثلة في عمليات التبعية الثقافية والإعلامية، واستغلال الدول المتقدمة للدول النامية في عمليات التكنولوجيا. ونظراً لأهمية هذه القضية، نحاول التعرض لها بجانب من التفصيل.

١ـ التبعية الثقافية مصدر لتزييف الوعى:

قال «ويلسون ديزارد» الباحث الأمريكى مقولة مشهورة بشأن التليفزيون «أن في يد الإنسان أن يجعل من هذه الأداة العالمية فاتحة عهد جديد من السلام الحقيقى، أو أن يجعلها أعظم سيرك للتلهية عرفه العالم» وقصد «ديزارد» من مقولته أن التقدم التكنولوجى الذي أحدث تطوراً في الأجهزة بصفة عامة يمكن أن يكون فاتحة خير، ويزيل كل الحواجز الجغرافية والثقافية والسياسية، ومن هنا يمكن أن يؤدى الوظيفة المنوط بها وهى كما قال تعالى في كتابه الكريم(٩٥)] وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم [(٩٦).

ويستنتج من ذلك أن وسائل الإعلام يمكن أن تسهم بدور إيجابى، يتمثل هذا الدور في عمليات نقص الغذاء، والمجاعات والكوارث المختلفة، والأمراض والزلازل، وهناك مئات القضايا والمشاكل التي إذا عرضها أصحابها بصدق وإتقان، ثم ارتعشت لها أضواء الشاشات الصغيرة الساحرة في بيوت مواطنى العالم في الوقت نفسه، فجدير بها أن تحدث أثراً هائلا أساسه التعاطف والتعاون(٩٧).

والصورة التي قدمناها هى الصورة المثلى والإيجابية لوسائل الاتصال الجماهيرى، وهى المنوطة بها ، ويتجلى ذلك في الثقافة الغربية والاشتراكية، وعلاقتهما بثقافة وشعوب العالم الثالث. أما ما يحدث الآن فهو صورة عكسية تماماً لتلك الصورة التي عرضناها، ويتنافى مع الأثر الإيجابى الذي «يمكن أن تحدثه وسائل الاتصال الجماهيرى، وهناك العديد من الأمثلة التي توضح تلك الصورة العكسية الموجودة في العالم المتقدم، وما تعكسه من آثار سلبية على شعوب العالم الثالث. فمثلا قضية التوازن بين ما تعرضه شاشات التليفزيون العالمية من تبادل في البرامج والأفلام، نجد أن معلومات اليونسكو تقول أن الدول النامية تستورد ما بين ٥٠ ٪ و٩٠ ٪ من برامجها التليفزيونية من الدول المتقدمة، وبالأخص الولايات المتحدة التي تبيع أكثر من ١٠٠ ألف ساعة سنوياً. أى ضعف ما تنتجه بقية دول

العالم مجتمعة. ويقول تقرير «ماكبريد» التابع لليونسكو، أن أكثر من ٧٥ ٪ من الأفلام التي تعرض في قاعات العرض العربية هى أفلام أمريكية، أو منتجة بأموال أمريكية. وفى سنة ١٩٥٢ قال «أريك جونسون» - رئيس جمعية السينما الأمريكية في ذلك الوقت - «أن أمريكيا اللاتينية وأفريقيا والعالم العربى، والشرق الأقصى هى مناطق تشكل أسواقاً هائلة للسينما الأمريكية، ولابد من وضع خطط بعيدة الأمد لتنمية هذه الأسواق بالاتجاه الذي يخدم مصالح السينما الأمريكية»[٩٨].

وقد دعا «ديزارد» لاستخدام التطور التكنولوجى في وسائل الاتصال الجماهيرى بطريقة ملائمة، حيث يكون هناك تناسب بين المضمون الإعلامى المقدم، وبين التطور الذي أدخل على الوسيلة. إلا أننا نجد الصورة عكسية تماماً في الوقت الراهن. فقد استخدمت الولايات المتحدة الأقمار الصناعية عندما أتيحت إمكانية استغلالها كأداة من أدوات الغزو الثقافى[٩٩]. ومن الأجهزة الأمريكية المسئولة عن الغزو الثقافى في الأمة العربية والعالم الثالث الوكالة الأمريكية للإعلام (يوسيا)، هى وكالة فيدرالية أنشئت بغرض تطوير تاكتيكات الحرب الباردة، وتطوير أساليب التغلغل الثقافى والإعلامى في العالم الثالث، والتنسيق مع شبكة الأبحاث الأمريكية، ويلخص نائب مدير الوكالة أسلوب عملها بقوله «ليس لدينا وسائل للتخاطب المباشر مع الجماهير العريضة في الخارج، ولكننا نحاول مخاطبتهم من خلال قادتهم، أولئك الذين يسيطرون على وسائل إعلامهم، وهكذا نتمكن من التأثير على ما تشاهده الجماهير في وسائل الإعلام المحلية. وإننا نركز على جزء من السكان هما، طبقة القادة والطبقة المتعلمة»[١٠٠]. وقد بدأ الغزو الثقافى يأخذ شكلا تنظيميا، عندما رأت أمريكا والدول الغربية نفسها، بالإضافة إلى دول الكتلة الشرقية وروسيا في وضع يحتم عليها بسط سيطرتها على المنطقة، لكن دون احتلال عسكرى، ومن هنا كان على هذه الدول إحكام سيطرتها الأيديولوجية على مجتمعات العالم الثالث. وقد تعددت صور التبعية الثقافية في العالم الثالث، ومنها على سبيل المثال[١٠١]:

١- وجود شبكة أبحاث أمريكية تخضع لتنظيم محكم، وتضم عدداً من المؤسسات والمعاهد، ومراكز البحوث، وأجهزة التنسيق، وهيئات التمويل، ووظيفتها تجميع المعلومات، واستقرائها وتحليلها، وتبويبها، واستنباط مؤشراتها، واستخلاص دلالاتها، ووضعها تحت تصرف صانعى القرار في الإدارة الأمريكية.

٢- جهاز ثقافى وإعلامى يمتلك كل إمكانات الحركة، والتأثير والاختراق، ولديه القدرة على حمل الرسالة، وتوصيلها لصانعى القرار الأمريكى حتى يستخدمونها في الاختراق إلى العقل العربى.

وتهدف عملية التبعية الثقافية إلى التشكيك في المسلمات والحقائق التاريخية للشعوب، بالإضافة إلى ذلك تعمل على ترويج الثقافة السطحية، وإغراق الجماهير بمنتجات الفكر الطفيلية، ومحاولة زرع اليأس، والسلبية واللامبالاة، وفقدان الثقة بالنفس داخل الإنسان(١٠٢).

ولقد تعددت المسالك التي انتقلت من خلالها المؤثرات الأجنبية، وتباينت أهميتها وقوة فاعليتها تبعاً لاختلاف الزمان والمكان والقوة المؤثرة، والهدف الذي يسعى إليه البلد الأجنبى، ومن الأمثلة على هذه المسالك الإرساليات التبشيرية، ودور النشر، والمدارس الأجنبية، والبعثات، حيث تلعب البعثات دوراً هاماً في غسيل مخ الطالب المبعوث، بما فيها من انبهار وميزات. فمن الآثار التي تركتها البعثات على بعض المفكرين العرب، مثلا كتب توفيق الحكيم مصوراً الأثر الغربى على تفكيره بأنه إعصار. ويبدى «لويس عوض» إعجاباً شديداً بنمط العلاقات بين الجنسين الذي رآه في إنجلترا، وانتقد ما رآه في مصر ما أسماه بالكبت الجنسى الشائع. أما الدكتور فؤاد زكريا، فهو يدعو إلى النهل من الثقافة الغربية بكل ما نستطيع، ويقيم دعواه مؤيداً ما نادى به طه حسين، أيضاً برر زكى نجيب محمود تطلعه إلى الحضارة الغربية لاتصافها بثلاث، العملية والتقنية والنفعية(١٠٣)

ولقد وجد اتجاه دعاة التغريب الذي قاده بعض المفكرين العرب ما يدعمه ويؤيده من دعاة التغريب، ومن أكثر الأقوال شهرة مثلا لدى هؤلاء أن مصر - عقل وحضارة وتركيب - جزء من التكوين الحضارى الأوربى، ومن ثم فلا تردد في الأخذ بكل ما أنجزته هذه الحضارة، ومن أهم الدعوات ما جاء في مقالات «سلامة موسى» التي نشرت خلال سنتى ١٩٢٥ و١٩٢٦، ونشرت في كتاب عنوانه «اليوم والغد» سنة ١٩٢٧، ويقول في مقدمه كتابه «كلما ازددت خبرة وتجربة وثقافة توضحت أمامى أغراضى في الأدب كما أزاوله فإننى كلما زادت معرفتى بالشرق زادت كراهيتى له، وشعورى بأنه غريب عنى، فأنا كافر بالشرق، مؤمن بالغرب».
ولم يكتف سلامة موسى بذلك بل تهكم على الدين الإسلامى، والأزهر، وعلمائه، فيقول «لنا كلية جامعة الأزهر، تقف إلى جانبنا تبث بيننا ثقافة القرون

المظلمة، ولنا أفندية قد تفرنجوا، لهم بيوت نظيفة، ويقرءون كتباً سليمة لكن إلى جانبهم شيوخاً لا يزالون يلبسون الجبب والقفاطين، ولا يتورعون من الوضوء على قوارع الطرق في الأرياف. ولا يزالون يسمون الأقباط واليهود «كفاراً» كما كان يسميهم عمر بن الخطاب قبل ١٣٠٠ سنة»(١٠٤).

٢ـ عمليات التضليل الإعلامى مصدر لتزييف الوعى:

تعد عملية تضليل عقول البشر على حد قول «باولونريد» أداة للقهر، وهى تمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة. وتتعدد وسائل التضليل الإعلامى وتختلف، إلا أن السيطرة على أجهزة المعلومات والصور على كل المستويات تعد وسيلة رئيسية، فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها يتاح لمن يملك رأس المال وبالتالى تصبح محطات الإذاعة والتليفزيون والصحف والمجلات والسينما ودور النشر جميعها في أيدى مجموعة من المؤسسات المشتركة، ومن هنا يمارس الجهاز الإعلامى تضليله(١٠٥).

وقد وجه نائب الرئيس الأمريكى الأسبق «أجينيو» نقداً عنيفاً لأجهزة الإعلام في الولايات المتحدة. وقال: بأن الأنباء التي يتلقاها ٤٠٠ مليون أمريكى كل ليلة يتحكم فيها حفنة من الأشخاص المسئولين فقط أمام مستخدميهم في الشركة المالكة، ويتم تصنيفها على يد حفنة من المعلقين لا يأخذون إلا بما يتعلق مع تحيزاتهم. لذلك ليس هناك مجالا لذلك الإيمان الساذج بحياد صحفهم ومحطاتهم(١٠٦).

ويستند التضليل الإعلامى على مجموعة من الأساطير، منها مثلا أسطورة الفردية والاختيار الشخصى، بمعنى أنه الجهاز الوحيد الذي يقدم الرفاهية للفرد، ومن خلال هذا التفسير يمارس عمليات التضليل الإعلامى، ويستند أيضاً على أسطورة الحياد، فلكى يؤدى التضليل الإعلامى دوره بفعالية أكبر، لابد من إخفاء شواهد وجوده. فالشعب الذي يجرى تضليله، لابد أن يؤمن بحياد مؤسساته الاجتماعية الرئيسية، بمعنى أن يؤمن الشعب بأن الحكومة والإعلام والتعليم والعلم بعيدة جميعها عن معترك المصالح الاجتماعية المتصارعة، وتبقى الحكومة فقط ركيزة أسطورة الحياد التي تنظر إلى وقائع الفساد والغش والاحتيال على أنهما نتيجة مترتبة على الضعف الإنسانى. كذلك يفترض أن أجهزة الإعلام تتسم بالحياد، لكن حقيقتها أنها جميعاً مشروعات تجارية تتلقى دخولها من الاستغلال التجارى لمساحتها الزمانية أو المكانية لصالح الإعلانات. ومن التناقضات التي تقع

فيها أجهزة الإعلام وهى تمارس عمليات التضليل في الولايات المتحدة أنهم ينكرون وجود الصراع الاجتماعى، لكننا نجد في السينما والتليفزيون وعبر موجات الإذاعة يتم تخصيص مساحة مذهلة يوميا للعنف، وهذا يتناقض مع الهدف الأساسى لمديرى أجهزة الإعلام(١٠٧).

٣ـ التبعية الإعلامية مصدر لتزييف الوعى:

لعبت السيطرة الاستعمارية التي مارستها الدول الغربية ضد شعوب العالم الثالث دوراً هاماً في اتجاه التدفق الحر للأنباء، مما ساعد على وجود اختلال في التدفق الإعلامى بين الدول الصناعية المتقدمة ودول العالم الثالث، وقد أدى هذا الوضع بدوره إلى ترسيخ الصور العديدة للتبعية الإعلامية والثقافية،وقد نتج عن تطبيق مبدأ التدفق الحر ظهور ما يسمى بالتدفق في اتجاه واحد من أعلى إلى أسفل، أى التدفق الذي يأخذ شكلا رأسياً، ويتجه هذا التدفق – سواء كان في شكل معلومات أو أخبار أو برامج إعلامية أو منتجات ثقافية – في معظمه من الدول المتقدمة التي تملك الإمكانيات التكنولوجية إلى الدول الفقيرة التي تشكل غالبية العالم الثالث. وقد أساءت الدول المتقدمة استخدام مبدأ التدفق الحر. وكثيراً ما استخدمته هذه الدول كأداة اقتصادية وأيويدلوجية للسيطرة على شعوب العالم الثالث(١٠٨).

وإذا تتبعنا صفحات الجرائد اليومية، وحاولنا تتبع مصادر الأخبار والمعلومات التي تنشرها، فنجد أن معظم الأخبار التي نقرؤها عن العرب وسياستهم، وعن تحريك الملوك، والرؤساء والوزراء، وتصريحاتهم، وقراراتهم ومؤتمراتهم، وعن الأحداث الكبيرة والصغيرة التي يعيشها العرب في كافة مجالات الحياة، نجدها منقولة عبر خمس وكالات أنباء عالمية كبرى تمدنا بالمعلومات والأنباء عن العرب أنفسهم. ويأتى ذلك من خلال المراسلين المنتشرين في كافة الأقطار العربية، حتى أن الأخبار المصورة العربية والدولية التي نشاهدها على شاشة التليفزيون تأتى عبر وكالات أجنبية(١٠٩). أما عن وكالات الأنباء وأخطارها، فنجد معلق بريطانى يقول عن وكالة بلاده «رويتر» «إنها أقوى وأخطر من الأسطول والجيش» وينطبق القول بالطبع على بقية وكالات الأنباء العالمية. وقد وصفت جريدة «نيوريورك تايمز» وكالة «الأسوشيتدبرس» بأنها عملاق شامل تطول يده العالم بأسره، ولا سبيل إلى تقدير قوة عضلاته»(١١٠). وهكذا يتبين لنا مدى خطورة التبعية الإعلامية على شعوب العالم الثالث، ومن بينها مصر. فبشهادة أصحاب البلاد المصدرة للمواد الإعلامية والثقافية، يتضح لنا أن الاعتماد

على المواد الإعلامية المستوردة يعد عاملا رئيساً في تزييف وعى شعوب العالم الثالث، وتأتى مصادر هذا التزييف من أن المواد الإعلامية المستوردة لا تتناسب كماً وكيفاً مع واقع مجتمعات العالم الثالث، هذا من جانب، ومن جانب آخر يتم توجيه القائمين على هذه الوسائل في المجتمعات الغربية توجيهاً أيديولوجياً وسياسياً يخدم أغراض ومصالح هذه المجتمعات، ويعمل على استنزاف وهدم القيم والمعايير الأخلاقية في مجتمعات العالم الثالث.

٤ـ العلم والتكنولوجيا مصدر لتزييف الوعى:

نمت العلاقة بين التكنولوجيا والنظرية العلمية بطريقة واضحة. وأصبح التقدم التكنولوجى أمراً ظاهرياً لا مفر منه. فالهدف الذي يسعى إليه العلم هو كشف القوانين الأساسية في الحياة والتقدم التكنولوجى، وأتى العلم أصلا ليكشف أصل هذه القوانين – وأن معدل واتجاه التقدم التكنولوجى لا يمكن أن يثار حوله سؤال، حيث تسعى التكنولوجيا إلى أهداف مجتمعية، مثل التطور السريع في الطاقة، أو كشف الفضاء الخارجى. وهناك ادعاء بأن التكنولوجيا دائماً جاهزة لخدمة المجتمعات، لكن الحكومات وحدها هى التي تمنع من انتشارها بوسائلها. وتؤكد معظم الاستنتاجات أن التكنولوجيا يتم استخدامها بهدف تحويل العالم إلى الطبيعة والتحكم فيها، فضلا عن تحكمها في الاتصال الاجتماعى وصنع القرار، ومن هنا أصبحت مصدراً لتوجيه الوعى الاجتماعى وتزييفه(١١١).

ومن خلال التطور الهائل الذي حدث في مجال العلوم والبحوث، ومجالات الاتصالات والتكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات، تمكنت الدول المتقدمة من غزو دول العالم الثالث. فقد حلت مراكز البحوث ومعاهد الدراسات، وبنوك المعلومات، والأقمار الصناعية محل الاستشراق بصورته التقليدية، وجاءت محطات الاتصال والتنصت والإرسال، وأجهزة البث المختلفة، ودوائر الإعلام، والوكالات الثقافية لتشكل شبكة واسعة تقوم بالدور الذي تقوم به جيوش الاحتلال والبعثات التبشيرية والإرساليات في ظل الاستعمار القديم(١١٢).

وبعد أن تعرفنا على الأدوار التي تؤديها مراكز البحوث، واستخدام الدول الغربية لها في العالم الثالث، وجب علينا أن ننبه أن مصدر خطورتها لا يتوقف على فئة معينة من المواطنين، أو لفترة زمنية محددة، حيث اتضح أن هذه المراكز

مرتبطة ارتباطا وثيقاً بالمخابرات الأمريكية والإسرائيلية، والتى تهدف بالضرورة إلى تدمير العقول العربية، وخلق الفتن والقلائل داخل دول العالم الثالث. ومن هنا تكون هذه المراكز أو شبكات الأبحاث ومثيلاتها مصدرا ليس لتزييف وعى شعب فحسب، بل تزييف وعى أمة بأكملها، وعبر فترات زمنية طويلة.

٥ـ استطلاعات الرأى العام مصدر لتزييف الوعى:

يرى «شيللر» أن استطلاع الرأى تم إجراؤه تحت رعاية داخلية او خارجية، يقصد به ظاهرياً «الحصول على معلومات» وليس إنتاجها «لكن في الواقع لا يقتصر عمله على المعلومات فحسب بل والآراء، أو المواقف التي يفترض أن يستطلعها. وتمثل استطلاعات الرأى العام التي يتم إجراؤها لحساب الشركات الأوربية والأمريكية أو وكالات الإعلام الحكومية خطراً مزدوجاً يهدد المجتمعات التي يتم إجراؤها فيها. فالاستطلاعات مبنية على أساس تجارى، وعندما تنشر بوصفها رأياً قومياً، فإنها تؤدى حتماً إلى تفاقم الأوضاع(١١٣).

ويرى «هابيرماس» أن مبدأ انتشار الرأى العام يقوم في البداية على جمهور – يؤسسه من يهمه انتشار الرأى فهو يزرعه، ولديه القدرة على التبرير، ويتوسط في الصحافة البرجوازية. ويؤكد هابيرماس على أن كثافة وقوة شبكات الاتصال الجماهرى جعل لها القدرة على تنظيم السلوك، وجعلها تتحكم في الولاء السياسى للناس. بالإضافة الى دورها في عمليات الضبط الاجتماعى، وسيطرة الدولة في تحويل الموضوع لكى يكون عاماً، وغير مألوف في نقل المعلومات إلى إرادة الجماهير(١١٤).

ونستنتج مما سبق، أن عمليات استطلاع الرأى العام هى عمليات استغلالية لاتجاهات وآراء وأفكار الناس، تقوم على التجارة والربح فقط، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في هذه العملية، فهى بهذا الوضع تكون مأجورة لصالح شركات أو مؤسسات معينة تحاول استغلال وتزييف وعيهم.

٦ـ بعض أساليب تزييف الوعى الاجتماعى الأخرى في المجتمع المصرى:

أ– لعب الاستعمار دوراً هاماً في صياغة النظام التعليمى لخدمة مصالحه بعد أن تركها. فقد عمل على أن تسير المناهج والمقررات لتشكيل عقل الشعوب بالطريقة التي تتلائم معه. وبرز النظام التعليمى بخصائص أساسية تدل على ذلك منها

ظاهرة الازدواج التي سادت التعليم، وقد تمثل ذلك في وجود مدارس حكومية وأخرى أجنبية وثالثة خاصة، وبالتالى أحدث هذا النظام انفصالا بين الفكر والممارسة، وتحول المتعلمون إلى شراذم ناقصة الوعى. وساد التعليم المضمون الطبقى، واقتصر على الطبقات الغنية، وحرمان جماهير الشعب من هذا الحق. وقصد بذلك عزل الجماهير عن العلم عملا بالمقولة الاستعمارية القائلة «الشعب الجاهل أسلس قياداً من الشعب المتعلم». وتم توظيف المناهج والمقررات الدراسية في تزييف وعى التلاميذ سواء بالواقع الاجتماعى السائد، أو بمصالح الطبقة المسيطرة المتحالفة مع الاحتلال أو بالوجود الاستعمارى السائد ذاته. وخلص هذا الاتجاه أن اقتصر التعليم على تخريج مجموعة من الكتبة والموظفين يساعدون على أداء الأعمال التي تتطلبها سيطرة الاستعمار(١١٥).

ب- تقوم الحكومات بالضغط على المواطنين، وإقناعهم بأن مشكلاتهم ناتجة عن سبب آخر غير سببها الحقيقى. فعلى سبيل المثال تؤكد الدراسات الخاصة بالبطالة بأن سبب زيادة البطالة داخل طبقة العمال ترجع الى قدراتهم الشخصية المسؤولة عن هذه البطالة أكثر منها إلى ضعف النظام الاقتصادى(١١٦). وتدعى الحكومات في تبريرها لعدم وجود فرص عمل للشباب، بأن السبب وراء ذلك هو كثرة المتقدمين، لكن السبب الحقيقى بالطبع هو سوء تخطيط النظام التعليمى والاقتصادى.

جـ- يلعب التنظيم السياسى دوراً في تحريف الأيديولوجية الرسمية لتزييف الوعى. وأوضح دليل على ذلك أن المواثيق والدستور أكدت على الاشتراكية والديمقراطية، وتحالف قوى الشعب، إلا أننا نجد وضعاً مناقضاً لهذه المبادئ، فكثير من المنتمين إلى التنظيمات والقيادات والأعضاء يدخلون هذه التنظيمات ليس اقتناعاً بمبادئ وأيديولوجية هذه التنظيمات، لكن في الغالب تكون المصلحة الشخصية هى الدافع، ومثال ذلك توجد علاقة وثيقة بين من ينتمون إلى الحزب الحاكم في المجالس الشعبية والمحلية وبين ممتلكاتهم وعقاراتهم(١١٧).

د- ومن أساليب تزييف الوعى أيضاً تمركز المصالح والمؤسسات الحكومية في القاهرة، ووجود عزلة بين أهالى الريف والمدن، بالإضافة إلى تجاهل الخدمات الأساسية في الريف، في الوقت الذي تركز فيه الحكومة كل جهودها لإقامة المسارح ودور الأوبرا بالقاهرة والأسكندرية(١١٨).

هـ- تقوم الحكومة بإقامة الحواجز بين القائد ومواطنيه، وظهر ذلك واضحاً في عهد عبد الناصر حيث كانت هناك طبقة منحرفة تجمع الثروات بوسائل غير مشروعة، وتجعل التنظيم السياسى درعاً يحميها، وبحكم مصالح هذه الطبقة، قاومت كل من تصدى لها. وأدخلتهم السجون، وأودعتهم مستشفيات الأمراض العقلية[١١٩].

خاتمة: مناقشة وتقييم:

نظرا للدور الخطير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرى في عملية تشكيل الوعى الاجتماعى، نجد أنها قد تلعب هذا الدور بالإيجاب أو بالسلب. ففى المجتمعات الرأسمالية مثلا وجدنا أن المتحكم الأساسى في أجهزة الاتصال الجماهيرى هى مجموعة من الشركات، تستطيع الهيمنة على مضمون ما تقدمه هذه الوسائل، وتتحكم في صنع القرار السياسى للدولة بما يتفق مع مصالحها، وبالتالى يمكن تشكيل وعى اجتماعى زائف، ليس داخل المجتمعات الرأسمالية فحسب، بل يمتد إلى فئات عريضة من شعوب العالم الثالث. أما في المجتمعات الاشتراكية، فتتوجه وسائل الاتصال الجماهيرى لخدمة جموع المواطنين، وتستمد سياستها من برامج الحزب الشيوعى، وبالتالى يتشكل لدى المواطنين وعى اجتماعى يهدف إلى توعية المواطنين سياسياً واقتصادياً وثقافياً. إلا أن مضمون هذه التوعية لا يخرج عن نطاق خطة وهدف الحزب الشيوعى. وينتج عن ذلك صب المواطن في قالب لا يسمح له بالمقارنة، مما قد ينجم عنه في النهاية تشكيل وعى زائف.

ونتيجة لاعتماد وسائل الاتصال الجماهيرى في العالم الثالث على ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية، برزت مشكلة تدفق الأنباء في العالم. حيث وجد أن ما يستورده العالم الثالث يفوق بكثير ما يستورده الغرب من العالم الثالث في مجال الاتصال الجماهيرى، وربما كان مبرر هذا الاختلال هو إدعاء دول العالم الثالث بعدم قدرتها على صناعة البرامج والأفلام والتمثيليات التي تقدمها في وسائلها، إلا أن هذا المبرر ليس له أى قيمة أمام المشاكل التي تنجم عن وراء استيراد هذه المادة الإعلامية، حيث ينتج عن ذلك انتشار الوعى الزائف لدى مواطنى العالم الثالث بقضاياهم المصيرية، ويصبح اهتمامهم متركزا حول استيراد الموضات الغربية، وأفلام الجنس والعنف.

وتختلف وسائل الاتصال الجماهيرى في درجة تأثيرها، حيث تستطيع الصحافة تشكيل وعى المواطنين بطرق مختلفة، وبأساليب متعددة، مثل استخدام الحملات الصحفية المكثفة، أو كتابة الأعمدة اليومية. أما الإذاعة والتليفزيون، فنظرا لسهولة انتشارهما في مناطق مختلفة من المساحة الجغرافية، وقدرة فئات عديدة من المواطنين على استقبال برامجهما - خاصة الإذاعة - ونتيجة لذلك قد يشكلان دورا هاما في تشكيل وعى المواطنين في مجتمعات العالم الثالث. ويمثل التليفزيون أهمية خاصة بين وسائل الاتصال الجماهيرى، فهو أكثر وسائل الاتصال إثارة للجدل والمناقشات.

ويرى بعض الباحثين أن التليفزيون وسيلة تسلية وترفيه،بينما ينظر آخرون له بأنه جهاز له إمكانيات إعلامية وسياسية وتعليمية واسعة. الا أن بعض الباحثين رأى التليفزيون بأنه وسيلة لمسخ الثقافة وقتل الابتكار بما يخلقه من منطقية في تشكيل الحياة الاجتماعية، وبما يحمله من قدرة على الاستهداء والاستهواء الإعلامى. ويؤكد «ماكلوهان» أن التليفزيون وسيلة استهوائية كبيرة في حد ذاتها، واعتبره وسيلة باردة بعكس الصحافة التي اعتبرها وسيلة ساخنة. فكلما كانت وسيلة الإعلام أكثر برودة، كلما كانت أكثر استهداءً واستهواءً على فكر الجمهور، وبالتالى لا تسمح بتكوين رأى عام ذاتى واع ومقارن. فالحروف الصناعية تسمح بالتفكير الذاتى، وإعادة القراءة والتأمل. أما الصور والمشاهد التليفزيونية فإنهما يستحوذان على المشاهد(١٢٠).

وبالإضافة الى دور وسائل الاتصال الجماهيرى في تشكيل الوعى الاجتماعى، توجد مؤسسات أخرى تقوم بالدور نفسه، ولا تقل أهمية عنها.

فعلى سبيل المثال تلعب المؤسسة التعليمية دورا هاما في المجتمع. فالتربية والتعليم وظيفة اجتماعية، تستمد أهميتها ومفهومها الحقيقى من الأهداف الاجتماعية والاقتصادية التي تعمل الدولة على تحقيقها «والتربية هى تعبير وترجمة وانعكاس للاتجاهات التي يطمح إليها المجتمع، وبالمثل الحقيقية التي يتخذها أهدافا له». ومن ثم ترتبط التربية بعملية التكوين والتنشئة الاجتماعية للأجيال الصاعدة، وتحقيق أمانى المواطنين تجاه الواقع الملموس، إلا ان القوى المسيطرة اجتماعياً، والسلطات المسئولة عن وضع برامج وسياسات التعليم، تتخذ منها في بعض الأوقات وسيلة معوقة تقف دون تحقيق حركة تطور المجتمع(١٢١).

وتؤثر الاتجاهات السائدة في التعليم تأثيرا كبيرا على مستقبل الوعى الاجتماعى داخل المجتمع. خصوصا إذا قامت هذه الاتجاهات على أساس روح الطبقية، وإذكاء روح التعصب. فلابد يستطيع النشء في المرحلة الأولى من حياته أن يميز بين الحق والباطل، والنتيجة الحتمية لذلك، أن يكبر هذا النشء وتكبر معه، أنماط من السلوك، وألوان من التعصب والتحيز. وهكذا يشب جيل أو أجيال كاملة تحمل من الأفكار والشعارات التعصبية المتحيزة التي ترسخت في نفوسهم وعقولهم ومن أمثلة ذلك الطاعة العمياء، وتقديس الحكام، والبعد عن العمل في السياسة والفواصل الطبقية في المجتمع(١٢٢).

وتلعب المؤسسات السياسية أيضاً ممثلة في جميع المنظمات السياسية والأحزاب السياسية دورا هاما في تشكيل الوعى. فالحزب السياسى قد يلتف حوله مواطنون عديدون، ويتفقون على أيديولوجية سياسية معينة. ومن خلال برامجه وقادته يستطيع الحزب إعداد جيل من الشباب يؤمن بالتغيير الإيجابى لصالح المواطنين، والمساهمة في عمليات التنمية والتحديث.

وبالإضافة الى المؤسسات التعليمية والسياسية، توجد المؤسسات الدينية ممثلة في المساجد، حيث يمكن استغلالها في توعية المواطنين دينيا ودنيويا. وتوضيحا للناس بأن الهدف من الدين هو خلق مواطن يكون على وعى تام بقضاياه السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والعمل على إيجاد روح المساواة والعدل بين المواطنين.

وفى النهاية يجب التنويه بان هذه الوسائل التي عرضناها، ليست هى وحدها التي تقوم بعملية تشكيل وعى المواطنين، فهناك الكتاب، والرواية الأدبية وجماعة الأصدقاء، وزملاء العمل، والنادى، والفيلم السينمائى، والمسرحية، والأغنية، والقائد الملهم، والسفر إلى الخارج، وغيرها من الوسائل المتعددة.

الهوامــــش

١- د. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الثانية، ١٩٨١، ص٢٧.

٢- د. جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٧٨، ص ص ٣٧٢- ٣٧٣.

3 - David wilsons. The Communication and Society, Longman, London, 1968.P.17.

4 - Don Martindle, Op.cit., P.158.

٥- د. محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجى، الطبعة الاولى، القاهرة، ١٩٨٣، ص ص ٢٠٧- ٢٠٩.

٦- منظمة اليونسكو، نحو نظام عالمى جديد للإعلام والاتصال، ترجمة هشام فهيم، دراسات إعلامية، أكتوبر - ديسمبر، ١٩٨٦، ص ص ٧٨- ٧٩.

7 - Ralph Miliband, The State in Capilalist Society. Basic Books, Inc., New York, 1969,P.227.

٨- لوحظ في إمبراطورية «هيرست» أنها تضم ١٢ صحيفة، و٤٠ مجلة، و٣ محطات تليفزيونية، و٦ محطات إذاعية، وخدمات إخبارية، وخدمات مصورة، ومؤسسات تقوم بتوزيع الصحف، بالإضافة إلى الكتب السريعة الاستعمال Paper Back، ومجلة التايم، ونادى للكتاب، وطوابع بريد، وآبار بترولية، وفى إمبراطورية «إكسل سبرنجر» Axel Springer، نجده يتحكم بمفرده على ما يزيد عن ٤٠٪ من الصحف والمجلات الألمانية، أيضاً، لوحظ في بريطانيا أن اعتماد توزيع الفيلم السينمائى على شركتين اثنتين من دور السينما، وأن الأفلام تستطيع بطريقة عادية أن تعتمد في مواردها المالية على إيرادات التوزيع، وهذا يعنى أن الشركتين عادة ما يتكامل تحكمهما في صناعة الفيلم:

Ibid, P.228.

٩- د. محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام، الكتاب الأول - المؤسسة الصحفية، مكتبة الخانجى بمصر، الطبعة الأولى، القاهرة، ١٩٧٩، ص ص ٨٩- ٩١.

10- Ralph Miliband, OP.cit., P.229.

١١- د. محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام، الكتاب الأول، المؤسسة الصحفية، مرجع سابق، ص ٩٣.
١٢- المرجع السابق، ص ٩٦.
١٣- برز لهيئة الإذاعة البريطانية موقف يشهد لها فيه، وتمثل ذلك في موقفها من دخول انجلترا حرباً ضد الأرجنتين بشأن جزيرة فوكلاند، فقد عارضت الإذاعة الحكومة الإنجليزية دخولها هذه الحرب، ووجهت لها انتقادات شديدة.
14- Ralph Miliband, Op.cit., P.233.
١٥- د. محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام، الكتاب الأول، المؤسسة الصحفية، مرجع سابق، ص ٩٩.
16- Graham Murdock and Peter Colding, Capitalism. Communication and Class Relation, in James Curran eds., Mass Communication and Soc iety, the Open University, 1st ed., London, 1997.P.28.
١٧- د. محمد سيد محمد، اقتصاديات الإعلام، الكتاب الأول، المؤسسة الصحفية، مرجع سابق، ص ص ٩٩- ١٠٠.
١٨- المرجع السابق، ص١٠٠.
19- Gorge Cerbner, Mass Mwdia Polices in Changing Cultures, John Willey, sons, Inc.,, New York, 1977, pp. 279- 280.
20- James Curran, ed op.cit., p.49.
21- Ibid, P.49.
22- Ibid, P.22.
23- Cordon Welty, Communication, Fetishism and Ideology, in : Sari Thom –as, Studies in Communication, Ablex Publishing Corporation, VoI. 2, New Jersy, 1981,pp. 102- 104.
24- Graham Murdock and peter Colding.op.cit., p.28.
25- Ralph Miliband, op.cit., p. 221.
٢٦- محمد إبراهيم عبد النبي، مرجع سابق، ص١٢٤.
27- Ralaph Miliband, op.cit., p.235.
٢٨- د. مختار التهامي، الصحافة والسلام العالمي، دار المعارف بمصر، القاهرة، ١٩٦٧ن ص ٧٨ – ٧٩.

٢٩- د. جيهان المكاوى، حرية الفرد وحرية الصحافة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨١، ص ١٢٩.
٣٠- هربرت شيللر، مرجع سابق، ص ١٩٤.
٣١- محمد فرج، مرجع سابق، ص ١٥٤.
32- Graham Mudock and Peter Colding, op. cit., p. 20.
33- Gorge Cerbner, Mass Media Policies in Changing Cultures, op. cit., p. 279.
34- Ralph Miliband, op. cit., p. 219.
35- Robert P. Snow, Greating Media, Culture, Saclibrary of Social Research, Vol. 149, 2nd ed., London, 1983, p. 33.
36- David Wilson, op. cit., p 14.
37- Ibid. p. 14.
38- Richard R Weiner, op. cit., p. 105.
٣٩- د. سامية محمد جابر الاتصال الجماهيرى، في المجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، ١٩٨٣، ص ص ٢٣١، ٢٣٢.
40- George Cerber, Communication Technology and Social Policy, John Willey Sons, New York, 1973, p. 447.
41- Ibid, P. 448
42- Ibid, p. 442.
43- Ibid, p. 541.
44- Ibid, p. 465
45- George Cerber, Mass Media Policies in Changing Cultures, op. cit., p. 231.
٤٦- د. فاروق أبو زيد، النظم الصحفية في الوطن العربى، عرض كتاب في مجلة دراسات إعلامية، يناير - مارس ١٩٨٨، ص ٦١.
٤٧- د. جيهان المكاوى، مرجع سابق، ص ص ١٢٩ - ١٣١.
٤٨- د. جيهان رشتى، نظم الاتصال- الإعلام في الدول النامية، مرجع سابقن ص ص ١٦٦ - ١٦٧.
٤٩- المرجع السابق، ص ١٧٣.
50- L. W. Pye (ed), Communication and Political Development, Princenton. University Press, London, 1963, p. 231.

٥١- د. سامية محمد جابر، مرجع سابق، ص ٢٩٤.
٥٢- ولبور شرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، دور الإعلام في البلدان النامية، ترجمة محمد فتحى، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، ١٩٧٠، ص ١٧١.
٥٣- المرجع السابق، ص ١٨٠.
٥٤- د. جيهان رشتى، نظم الاتصال- الإعلام في الدول النامية، مرجع سابق، ص١٧٦.
٥٥- د. محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص ٣٢٣.
56- L. W. Pye (ed), op. cit., p. 229
٥٧- د. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، مرجع سابق، ص ٢٦٤.
58- David Wilson, The Communicators and Society, Percamon Press, London, p. 18.
59- Ibid, pp. 15 – 18.
٦٠- يرى «ولبورشرام» انه في ظل الظروف التي يعيشها المجتمع، تعتمد الطبقة الحاكمة على الاتصال بما تعنيه من قوة ويركز «شرام» على ثلاث وظائف يقوم بها الاتصال في المجتمع مراقبة البيئة وإعلان التهديدات وربط الأجزاء المكونة للمجتمع، وأخيراً تقل الميراث الاجتماعى. وركز «شرام» أيضا على استخدام تكنولوجيا الاتصال في مركزية ولا مركزية إدارة المناطق الممتدة ذات الزيادة السكانية. ويرى أنه بدون تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يمكن وجود نظم سياسية تمارس حرية الاختيار في مناطق لا مركزية:
Wiliber, Schramm and Donald F. Roberts, op. cit., p. 68, p. 924.
٦١- د. أحمد أبو زيد، الاتصال مجلة عالم الفكر، مجلد ١١، عدد ١٢، الكويت، يوليه- سبتمبر ١٩٨٠ ص ٨.
٦٢- المرجع السابق، ص ١٠.
63- George Cerber, Mass Media Policies in Changing Cultures, op. cit., p228.
64- Ibid., p. 240.

٦٥- د. مصطفى أحمد تركى، وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد، مجلة عالم الفكر، الكويت، مجلد ١٤، عدد ٢٤، يناير- مارس ١٩٨٤، ص ص ١٠٠ - ١٠١.
٦٦- هربرت أ. شيلر، مرجع سابق، ص ٢١٥.
٦٧- د. مصطفى أحمد زكى، مرجع سابق، ص ١٠١.
68- Wilbour Schramm and Donald F. Roberts, The Process and effects of mass communication, urband chicago, London, 1972, p. 689.
69- Ibid, P. 690.
70- Ibid., p. 690.
٧١- د. فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال- الأسس النفسية والاجتماعية، دار الفكر العربى، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٨٥، ص ص ١٣٧ - ١٣٨.
٧٢- المرجع السابق، ص ١٤١.
73- George Cerber, Mass Media Policies in Changing Cultures, op. cit., p240.
74- Ibid., p. 241.
75- Ibid., p. 255.
٧٦- محمد فرج، مرجع سابق، ص ١٥٢.
٧٧- فرج الشناوى، الإعلام وتشكيل الوعى، مجلة دراسات إعلامية، العدد التاسع والثلاثون، أبريل- يونيو، ١٩٨٥، ص ١٣٤.
٧٨- د. سمير محمد حسن، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، ١٩٨٤، ص ص ٢٣٨ - ٢٣٩.
٧٩- هربرت أ. شيللر، مرجع سابق، ص ص ٢٣ - ٣٦.
٨٠- المرجع السابق، ص ٣٨.
81- David Wilson, op. cit., p. 63.
82- Ibid., pp. 66 –68.
٨٣- د. مختار التهامى، الإعلام والتحول الاشتراكى، دار المعارف بمصر، القاهرة، ١٩٦٦ ص ١٠٨ - ١٠٩.
84- Ralph Miliband, op. cit., p. 223.
85- David Wilson, op. cit., p. 75.

٨٦- بيير البير، الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله محمود، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٧، ص ص ٣٤ - ٣٧.

٨٧- المرجع السابق، ص ٣٨.

٨٨- عزيز السيد جاسم، مبادىء الصحافة في عالم المتغيرات، دار آفاق عربية، بغداد، ١٩٨٥، ص ١٣ - ١٥.

89- Claus Muellre , op.cit.. pp. 97- 98.

90- Ibid. p. 99.

91- Ibid. p. 100.

٩٢- يشير المنظور إلى نظرية تستخدم لاختيار وتحديد الظاهرة الفيزيقية والاجتماعية. والمنظور السائد في مهنة الصحافة يهتم بالوحدة الموضوعية أو التقرير عن الحقائق، ويقوم هذا الإطار معتمداً على المعتقد السائد في المجتمع الغربى بأن العلم أحسن طريقة لكشف الحقيقة،و تكشف من خلال المعرفة الحقيقية للحقائق. لكن يرى العالم بأن الحقائق تتعارض مع الأسس التي يقوم عليها النظرية. فالنظرية توجه الملاحظ فيما يلاحظه، وتساعده في تفسير ملاحظاته، ومع ذلك يعتقد في الموضوعية كشكل يعبر عن ملاحظات غير متحيزة.

Robert p. Snow , op.cit. , p. 47.

93- Ibid , p.47.

94- Ralph Miliband , op. cit., p. 233.

٩٥- محمد فتحى، عالم بلا حواجز في الإعلام الدولى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٢، ص ٢٠٣.

٩٦- سورة الحجرات: القرآن الكريم، آية: ١٣.

٩٧- المرجع السبق، ص ٢٠٤.

٩٨- وليد شميط، الإعلام العربى صناعة غربية، مجلة المنار، العدد الثالث، السنة الأولى، مارس ١٩٨٥، ص ١٥٠.

٩٩- المقصود بمفهوم الغزو الثقافى أنه عملية متممة لعملية التمغرب الثقافى. ومن الواضح أن عملية الغزو الثقافى عملية منظمة، لا جيش أجنبى يحتل البلاد، ولا عدو منظور يقاتله الشعب.أنه كما يصفه «صلاح البيطار» غزو سلبى، وبلغة أجنبية عذبة ذات مذاق حلو على لساننا،وبتكنولوجيا عالية التطور،

تسعى إلى تشجيع الجماهير على راحة البال اليومية للاطمئنان على الغد، وكسل الذهن وأن ليس في الإمكان أبدع مما كان. د. عمر الخطيب، مقدمة في سوسيولوجيا تنمية الثقافة العربية، مجلة فكر، العدد الخامس، مارس، ١٩٨٥، ص ١٦٢.

١٠٠- إبراهيم عبد الفتاح، الغزو الثقافى المعادى للأمة العربية، مجلة اليقظة العربية، السنة الثالثة، العدد الثانى، القاهرة، فبراير، ١٩٨٧، ص ٨٧.

١٠١- المرجع السابق، ص ٨٧.

١٠٢- إبراهيم عبد الفتاح، الغزو الثقافى المعادى للأمة العربية، مجلة اليقظة العربية، السنة الثالثة، العدد الثانى، القاهرة، فبراير، ١٩٨٧، ص ٨٧.

١٠٣- د. سعيد إسماعيل على، الفكر التربوى العربى الحديث، عالم المعرفة، الكويت، مايو ١٩٨٧، ص ٣٩، ٤٧.

١٠٤- نقلا عن «د. سعيد إسماعيل على، المرجع السابق، ص ١٧٧- ١٧٨.

١٠٥ - هربرت أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، العدد ١٠٦، أكتوبر ١٩٨٦، ص ٥- ٧.

١٠٦- المرجع السابق، ص ٢٠٠.

١٠٧- المرجع السابق، ص ١٣- ١٧.

١٠٨- د. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة، الكويت، يونيو، ١٩٨٤، ص ٧٢- ٧٣.

١٠٩- وليد شميط، مرجع سابق، ص ١٤٦.

١١٠- المرجع السابق، ص ١٥٤.

111- Robert Wuthnow ed. Cultural Analysis , op. cit. 225.

١١٢- المرجع السابق، ص ٨٣- ٨٥.

١١٣- هربرت أ. شيللر، مرجع سابق، ص ١٨١- ١٨٢.

114- Jurgen Habermas , Theory and Practice , op.cit , p. 3.

١١٥- إبراهيم عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ٧٥- ٧٦.

١١٦- مرجريت كولسون، دفيد ريدل، مرجع سابق، ص ١٣٥.

١١٧- د. عبد الباسط عبد المعطى، أساليب تزييف الوعى المصرى المعاصر، مجلة الطليعة، العدد الرابع، السنة الثانية عشرة، أبريل ١٩٧٦، ص ٩٤.

١١٨- المرجع السابق، ص ٩٤.
١١٩- المرجع السابق، ص ٩٤.
١٢٠- د. نوال عمر، المظاهر التأثيرية للتليفزيون على الأسرة والمجتمع، مجلة الفن الإذاعى، عدد ١٢، القاهرة، ص ٤٥- ٤٦.
١٢١- محمد جمال راشد نوير، نحو سياسة تعليمية جديدة للشباب، الطليعة، السنة الثانية، فبراير، ١٩٦٦، ص ٤٥.
١٢٢- د. مختار التهامى، الرأى العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٧، ص ٣٢.

الفصل الخامس

تكنولوجيا الاتصال وعالمية المجتمع

- مقدمة.
- أولا- ماهية تكنولوجيا الاتصال.
- ثانياً- العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- ثالثاً- الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الاتصال.
- رابعاً- البث المباشر وعالمية المجتمع.
- خامساً- تكنولوجيا الاتصال والهوية الثقافية.
- خاتمة- مناقشة وتقييم.
- الهوامش.

الفصل الخامس

تكنولوجيا الاتصال وعالمية المجتمع

مقدمـــة:

شهد القرن العشرين تقلصا للمسافات الجغرافية لم يكن له مثيل عبر التاريخ. ويرجع الفضل في ذلك إلى تطور وسائل الاتصالات بكافة أشكالها، إلا أن الفضل الأكبر في ذلك يعود إلى تطور وسائل الإعلام والإتصال التي غيرت من توقعات الناس. وقد استطاعت هذه التكنولوجيا أن تقدم إمكانية خلق البدائل والأختيارات أمام الناس. فقد تطورت تكنولوجيا طباعة الصحف الأمر الذي دعم ظهورها وانتشارها وملاحقتها للأحداث الجارية. وكذلك زادت عدد قنوات التليفزيون وتطورت تكنيكات بث البرامج إلى الجماهير. وقد نتج عن ذلك زيادة في كمية المعلومات وتطور في إنتاجها، ومن هنا نشأت العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

وقد بدت هذه العلاقة من خلال ترابط شبكات الاتصال والمعلومات وظهور الألياف الضوئية لنقل الاشارات التليفزيونية عبر الأقمار الصناعية، وكذلك الفيديو ديسك وانتشار استخدامه في مراكز المعلومات. وظهر أيضاً التليتكست والتليفزيون الكابلى. إذ يعتمد الأخير على بث الإشارات التليفزيونية عبر أسلاك بدلاً من إرسالها عبر موجات الكهرومغناطيسية. وتستخدم المكتبات ومراكز المعلومات التليفزيون الكابلى لإتاحة البث الأنى والاسترجاع اللحظى للمعلومات. وتعتبر الأقمار الصناعية أحدث وسائل التكنولوجيا الحديثة، إذ تستخدم في الاتصالات الهاتفية والتليفزيون ومعالجة البيانات والتصوير المدارى والاستشعار عن بعد، وتجتاز العوائق الطبيعية للإرسال مثال الجبال والمحيطات والصحارى. ويتيح استخدام الأقمار الصناعية استقبال البرامج التليفزيونية بشكل مباشر من خلال العديد من أجهزة الاستقبال التليفزيونى فقط. ويعد البث التليفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية هو نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا

الاتصال. وقد أصبح المواطن ينتقل بيسر بين المحيطات التليفزيونية دون رقابة إلا من نفسه ومن ضميره الوطنى والدينى ووفق إمكانياته الثقافية واللغوية.

ويمكن القول أن تكنولوجيا الاتصالات المتطورة قد فتحت مجالات عديدة وجديدة أمام المجتمعات. وبالرغم من تركز هذه التحولات في المجتمعات المتقدمة، إلا أنها تنتقل تدريجياً الى المجتمعات النامية، ومن هنا تبرز أهمية الهوية الثقافية لكل مجتمع. وقد ربط العديد من الباحثين والعلماء بين التقدم المادى والإعلامى والثقافى. فقد اهتم ماركس على سبيل المثال بدراسة دور وسائل الاعلام في المحافظة على الشكل الاجتماعى للمجتمع في ظل التقدم المادى من خلال وسائل الاعلام وأهتم أيضاً «جرامشى» بمفهوم الثقافة المسيطرة، حيث اقترح وجود ارتباط بين الثقافة المسيطرة والطبقة الحاكمة إذ تستطيع الأخيرة السيطرة على الطبقة المحكومة، وتستغل الثقافة لخدمة مصالحها.

وفى هذا الفصل نحاول القاء الضوء وليس الدخول في تفاصيل بعض العناصر الهامة التي تشكل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والهوية الثقافية. ويأتى ذلك من خلال التعرض لمفهوم تكنولوجيا الاتصال وإبراز العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. وكذلك نتعرض لأهمية الأقمار الصناعية باعتبارها أحد المظاهر الأساسية والنتائج الحتمية لتكنولوجيا الاتصال، ثم ننتقل إلى قضية البث المباشر والنتائج التي ترتبت على انتشاره، ونختم هذا الفصل بقضية تكنولوجيا الاتصال وآثارها في الهوية الثقافية.

أولاً- ماهية تكنولوجيا الاتصال:

أبرزت التطورات الحديثة خلال الربع الأخير من القرن العشرين أن هناك ثورة في مجال تكنولوجيا الاتصال، وقد اتسمت هذه الثورة بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات المعاصرة جميعها. وتميزت هذه الثورة أيضاً بنمو متزايد في عدد وسائل البث والاستقبال السريعة وتنوعها مما أدى إلى زيادة إنتاج المعلومات وتعدد أشكالها. وارتبطت هذه التطورات بتغيرات تكنولوجية واقتصادية واجتماعية(١).

ويبدو أن العالم المعاصر يمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتسم بسمة أساسية وهى المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية تمتلكها أكثر من وسيلة لتحقيق

الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية إلى الجمهور المستهدف. ولذلك يطلق على هذه المرحلة «مرحلة تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط MultMedia وتعتمد هذه المرحلة في تطورها على الحاسبات الإلكترونية والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية. فيوجد اندماج ثلاثي بين الحاسبات الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية؛ والتليفزيون. ويبدو ذلك عبر استخدام شاشات الفيديو كوسيلة للتفاعل والتجاوب الإيجابي بينه وبين المسخدم. ويبرز اندماج الحاسبات الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية من خلال شبكات نقل البيانات التي تربط الفروع ونهايتها بمركز الحاسب الالكتروني الرئيسي. وهناك اندماج التليفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية كما ظهر في شبكات التليفزيون بقنواتها الفضائية وشبكات نقل الإرسال التليفزيوني المختلفة(٢).

ولقد اتجهت ثورة تكنولوجيا الاتصالات في ثلاثة مسارات تمثلت في تطوير تكنولوجيا الاتصالات المسموعة والمرئية والمطبوعة. أما المسار الثاني فقد برز في تطوير مجال المعلومات وذلك بواسطة ظهور الكمبيوتر والحاسبات الآلية، واستخدام الأقمار الصناعية كبديل للكابلات الأرضية والبحرية. ويأتي المسار الثالث والأخير متمثلاً في تطوير شبكات الاتصال واستفادتها من ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات، حيث زادت عملية توصيل المعلومات كما وكيفا. ويمكن القول أن ثورة تكنولوجيا الاتصالات تعتبر متداخلة ومتكاملة، بحيث يصعب الفصل بينهما(٣).

ويعد مفهوم تكنولوجيا الاتصال عاما وشاملا، إذ يقصد به «مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله خلال عملية الاتصال الجاهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، والتي يتم خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الترقمية (من خلال الحاسبات الاليكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها. وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو اليكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور»(٤).

نخلص مما سبق الى أن مفهوم تكنولوجيا الاتصال اتسع مجاله وتطورت معانيه،

ولا يقتصر على نطاق معين من أنواع الاتصال، حيث تتداخل عمليات الاتصال الجماهيرى مع الاتصال الشخصى، وأتاحت التكنولوجيا المعاصرة انتشار الثقافات بين الشعوب، وعمقت مبادئ حرية الاتصال. وقد سارعت العديد من الدول إلى مواكبة هذا التطور التكنولوجى، وتعد مصر من بين الدول التي استطاع إعلامها- خلال السنوات ١٩٨١ إلى ١٩٨٧- تجديد جميع شبكات الميكروييف على أرضها، علاوة على دخول الارسال الاذاعى والتليفزيونى المناطق النائية. وامتدت شبكات الميكروييف لتصل من مبنى الإذاعة والتليفزيون بالقاهرة إلى منطقة القناة ثم إلى العريش شرقاً وعابرة الأسكندرية الى السلوم غرباً، وإلى ساحل البحر الاحمر شرقاً، بالاضافة إلى تغذية الواحات الخارجة والداخلة ببرامج الاذاعة والتليفزيون.

ويبدو أن سعى جموع الدول إلى اقتناء التكنولوجيا المتقدمة في الاتصال يهدف في المقام الأول الى مواكبة الثورة الجارفة في مجال المعلومات. وتستطيع وسائل الاتصال المتقدمة نقل كمية كبيرة من المعلومات في وقت قصير وبتقنية عالمية، وتستطيع أيضاً جذب اهتمام المشاهد والمستمع والقارئ، ولذلك تتداخل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في عملية واحدة.

ثانياً- العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

لا يمكن الفصل بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ويبدو ذلك من خلال ترابط شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وهو ما نلمسه واضحاً في حياتنا اليومية من التواصل بالفاكس عبر شبكات التليفزيون وشبكات أقمار الاتصال، وما نتابعه على شاشات التليفزيون من معلومات تأتى من الداخل، وقد تأتى من أى مكان في العالم أيضاً. وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال، وبدأ عهد نظام جديد واحد للمعلومات والاتصال يسمى Communi-cation- Computer فقد أصبح الكمبيوتر وسيلة لتخزين المعلومات وتكثيفها واسترجاعها مصورة أو مكتوبة، كما يستخدم لتخزين برامج ذات أهداف متخصصة في مجالات الطب والهندسة والإدارة(٥).

ومن الحقائق التي تؤكد على العلاقة الوثيقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أنه بفضل وسائل الاتصال يقدر حجم ما ينشر من الوثائق العلمية مع صباح كل يوم بحوالى سبعة أمثال حجم الموسوعة البريطانية. كما يشهد العالم في كل عام ظهور ما يزيد على ٢٠٠ألف مطبوع علمى. ولهذا فإن الشخص الذي

يحتاج إلى المعلومات من أجل اتخاذ قرار حيوى، يجد نفسه غالبا في مأزق. وطبقاً لتقديرات «د. كلين Dr. Killen» فإنه يصدر في العالم ٥٥ألف مجلة من مجالات العلم والتكنولوجيا. ويصدر ٦٠ الف عنوان سنوياً، كذلك ١٠٠ ألف بحث. ويذهب «فيلجتبورج» Vigtborg إلى أن العالم يشهد إصداراً سنوياً يتمثل حجمه في ٦٠ مليون صفحة هى محصلة ما ينشر في المجالات العلمية والتكنولوجية ويشهد العالم ظهور مجلتين على الأقل في نفس المجال كل يوم في مكان ما من العالم. وطبقاً لتقديرات اليونسكو فإن الإنتاج العالمى من الكتب بلغ ٥٦٤ الف نسخة عام ١٩٧٠ و٥٤٨ الف نسخة سنة ١٩٧١و ٥٦١الف نسخة عام ١٩٧٢ و٥٨٠ الف عام ١٩٧٤. ويشير أحد التقارير الحديثة إلى أنه يتم تقريباً تخزين ٥٠٠الف صفحة مطبوعة في كل دقيقة في أنحاء العالم المختلفة(٦).

وهناك حقيقة أخرى تتمثل في التطور السريع والمستمر في تكنولوجيا الاتصال والذى ينعكس بدوره على كمية المعلومات ومضمونها وطريقة توصيلها. وتتمثل هذه الحقيقة في الأقمار الصناعية، حيث كانت لا تتسع لأكثر من عدد محدود من القنوات القمرية ربما لا يتجاوز العشرين قناة، فقد زادت قدرتها إلى ثلاثة أو أربعة أضعاف. وسيزيد عددها مرة أخرى باستخدام نظام «الاشارات المضغوطة، والذى يتيح بث أكثر من برنامج تليفزيونى على القناة القمرية الواحدة يصل إلى أربعة برامج في الوقت نفسه.

ويرافق هذا زيادة قوة الإشارة الصادرة عنها مع تطور هوائيات الاستقبال الفضائية، بحيث أصبح من الممكن التقاط الاشارات الصادرة عن الاقمار بهوائيات صغيرة الحجم رخيصة التكلفة، بل ظهرت بالفعل على المستوى التجريبى أجهزة تليفزيون لا تحتاج إلى هوائيات وأطباق كبيرة أو صغيرة لاستقبال الاشارة الصادرة من الأقمار، بل أصبحت هذه الهوائيات تدخل في التكوين الداخلى لأجهزة التليفزيون(٧).

ويمثل الطريق السريع للمعلومات Information Super Highway أعلى مراحل دمج وسائل الاتصال التقليدية بالتكنولوجيا. ويقصد به وضع جميع التقنيات المتوافرة على صعيدى الاتصالات والمعلومات من الهاتف والتليفزيون والكمبيوتر الشخصى والأقمار الصناعية والأطباق الهوائية والكابلات في منظومة مدمجة واحدة ووضعها بتصرف أفراد المجتمع للإفادة منها في حياتهم العملية والاجتماعية. وتتألف هذه الطريقة من خطوط اتصالية أشبه بالعمود الفقرى

تتفرع منه نقاط على مدى الخطوط، وتتميز هذه المنظومة بأنها تربط جميع مجالات الحياة المنزلية والعملية والاجتماعية والترفيهية، كما تعطى الفرصة لمن يريد الاتصال بالآخرين اليكترونيا أن يعقد الصفقات والاتفاقات مع المؤسسات الى يتعامل معها، أو أن يلهو بألعاب الفيديو أو يشاهد البرامج التليفزيونية من أى نقطة يوجد فيها مسكنه أو مكتبة، بل وأينما كان شريطة أن يكون مزوداً بتليفون النوع المحمول أو كمبيوتر(٨).

وكذلك تعد شبكات «الانترنت» Internet أحد مظاهر العلاقة الوثيقة التي تربط تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. وبالرغم من أن نشأة هذه الشبكات ارتبطت بالمجال العسكرى، ولكنها سرعان ما تحولت إلى مشروعات أكاديمية ثم أقتصادية تهدف إلى تقديم الخدمة العامة. ويرجع تاريخ نشأة هذه الشبكات إلى عام ١٩٧٥ كتجربة قامت بها وكالة المشروعات للأبحاث المتقدمة DaRpA التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية بهدف انشاء نظام للاتصالات قادر على ربط جميع أنظمة الاتصالات المختلفة مع شبكة مكتب وزارة الدفاع الأمريكية، ومن ثم نقل المعلومات من نظام إلى آخر بسهولة ويسر. وكان القصد وراء إنشاء هذه الشبكة هو السماح للحاسبات الاليكترونية متصلة بالشبكة أن تكون قادرة على محاكاة أية شبكة حاسبات اليكترونية أخرى متصلة بها عن طريق «انترنيت» وتبادل المعلومات معها، وأن تبقى شبكة «انترنيت» قادرة على العمل حتى لو توقفت أى شبكة كمبيوتر أخرى عن العمل. ولم يكن الهدف من انشاء هذه الشبكة علميا أو اعلاميا، بل كان خشية وزارة الدفاع الأمريكية أن تتعرض مراكز الكمبيوتر الحربية إلى ضربات نووية(٩).

ولا يقتصر التطور في استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على المظاهر السابقة، بل ظهرت «الألياف الضوئية» و«الفيديو ديسك» و«التليكس» و«التليفزيون الكابلى». وسوف نحاول إلقاء الضوء على هذه المظاهر بإيجاز في الصفحات التالية:

الألياف الضوئية Fiber Optics ترجع كلمة «الألياف الضوئية» إلى العالم «كابانى» N. S. Kapany، حيث يرى بأنها عبارة عن قوائم Stands من الخيوط الزجاجية التي يمر الضوء خلالها عبر ترددات عالية جداً، ويمكن لهذه الألياف أن تحمل الإشارات الصوتية والمرئية والبيانات. وتستخدم الألياف الضوئية لنقل الإشارة التليفزيونية عبرالأقمار الصناعية، فضلاً عن اتصالات الراديو. وتتيح الألياف الضوئية حلول لكثير من المشكلات الناجمة عن استخدام الاتصال

السلكى واللاسلكى والكابلات المركزية والميكروويف، ونظم الاتصال التي تشع بالهوائيات. كما توفر الألياف الضوئية العزل الكهربائى من نقطة إلى أخرى، وغير معرضة للتشويش، وتوفر قدراً عالياً من الأمان عند استخدامها(١٠).

والألياف الضوئية شأنها مثل كل تكنولوجيا الاتصال، لم يكن اختراعها يهدف الى دعم النظام الإعلامى، ولكن تم استخدامها في البداية للأغراض الطبية مثل تركيز نقطة ضوء قوية نحو المعدة بهدف فحص نسيج المعدة. ويستخدم علماء الطبيعة الألياف الضوئية لرؤية الفجوات الداخلية للكائن الحى مثل القولون والمعدة والأعضاء الأخرى. وتكون الرؤية المباشرة في هذه المناطق صعبة للغاية بدون الاستعانة بأجهزة مثل المناظير، والمنظور عبارة عن أداة ألياف ضوئية ترسل شعاع ضوئى خلال ألياف إلى الفجوة المراد فحصها، ويرتد الانعكاس لهذا الضوء مرة أخرى لعدسة رؤية حزمة متماسكة من الألياف تحمل صورة مباشرة للسطح الداخلى للفجوة، ويمكن ربط المنظار بكاميرا تليفزيونية عبر حزمة أخرى من الألياف الضوئية مع عدسات(١١).

الفيديو ديسك Video disk:

يشبه نظام الفيديو ديسك الفوتوغرافى في أن المادة المسجلة تكون على اسطوانات مثل اسطوانات الصوت، ويتم تشغيلها بجهاز مشابه، وتستخدم للعرض فقط وليس للتسجيل، ويتصف الفيديو بنقاء صوته وقدرته على تخزين الصفحات العديدة، ولذلك ينتشر استخدامه في مراكز المعلومات والمكتبات الكبرى(١٢).

التليتكست Teletext:

تصل المعلومات في هذا النظام إلى المشتركين عن طريق ارسال تليفزيونى على قناة معينة، وتظهر المعلومات على الشاشة، ولكنها لا تظهر بوضوح إلا على شاشات تليفزيون للذين يشتركون في الخدمة فقط، حيث يتم تزويدهم بجهاز إضافى صغير يتم تركيبه بالتليفزيون، أو أن يكون هذا الجهاز ضمن مكونات التليفزيون ذاته، وبدون هذا الجهاز لا يمكن قراءة المعلومات، ولذلك فإن هذه الخدمة تقدم مقابل اشتراك خاص. ويقوم المشترك وبواسطة مجموعة المفاتيح والأزرار باختيار الصفحة أو الصفحات التي يرغبها من بين الصفحات التي تقوم القناة ببثها. ولذلك فإن اختيار المشترك محدود في نطاق ما هو مرسل. والفرق بين

التليتكست والارسال التليفزيونى العادى أن ما يتم استقباله في نظام التليتكست يكون عبارة عن معلومات مكتوبة بالحروف أوالأرقام أو على شكل تكوينات هندسية أو رسوم بيانية(١٣).

التليفزيون الكابلى Cable television

يعتمد التليفزيون الكابلى على بث الإشارات التليفزيونية عبر أسلاك بدلاً من إرسالها عبر موجات الهواء الكهرومغناطيسية، وتنتقل الاشارات التليفزيونية عبر الكابلات من مكان لأخر مثل خطوط التليفون. وبدأت هذه الفكرة في الولايات المتحدة منذ أواخر الأربعينات بهدف توصيل الإرسال التليفزيونى إلى المناطق المنعزلة، أو ذات الكثافة السكانية المحدودة، وذلك من أجل تدعيم محطات التليفزيون التي تستخدم الموجات الهوائية. وتعد شبكة «هوم بوكس أوفيس» HBo من أبرز شبكات الكابل، حيث تهتم بتقديم الأفلام السينمائية والبرامج الرياضية عبر خطوط الميكروويف، وفى عام ١٩٧٥ استأجرت هذه الشبكة جهازا للإرسال عبر القمر الصناعى الوطنى التابع لشركة RCA الأمريكية وقدمت خدماتها الى شركات الكابل الأخرى والأفراد نظير اشتراكات شهرية، وتقدم هذه الشبكة الخدمات الترفيهية لمدة ٢٤ ساعة يومياً(١٤).

ويتمثل الفرق بين التليفزيون العادى والتليفزيون الكابلى في أن الأول يعتمد على هوائى البث الذي يوضع في مكان مرتفع لاستقبال الاشارات من محطة بث الارسال التليفزيونى. أما التليفزيون الكابلى فيستقبل الاشارات إما من هوائيات المحطة المرسلة أو من أحد الأقمار الصناعية التي يتم بثها بعد ذلك عبر الكابلات الى المشتركين. وهذه الكابلات قد تكون موضوعة تحت الأرض أو معلقة على أعمدة تشبه أعمدة التليفون العادية، فتقوم الشركة بمد سلك أو كابل لكل من يريد الاشتراك في تلك الخدمة(١٥).

وتستخدم المكتبات ومراكز المعلومات التليفزيون الكابلى لإتاحة البث من قبل المستفدين للبحث في قواعد البيانات الاليكترونية وملفات المعلومات وهم في منازلهم. ويتيح التليفزيون الكابلى الوصول الآلى الاسترجاع اللحظى في المكتبات وبنوك المعلومات. وفى يونيو ١٩٨٠ ظهرت شبكة أخبار الكابل CNN كأول شبكة كابل تعتمد على تقديم الخدمة الإخبارية المستمرة بدون انقطاع، وحظيت هذه الشبكة بسمعة وطنية ودولية رفيعة المستوى، وتعتمد شبكة CNN على تقديم

الخدمة الإخبارية الحية على مدى ٢٤ ساعة بأسلوب غير تقليدى. ويتم ذلك من خلال الاستعانة بأعداد ضخمة من رجال الأخبار المحترفين مع مراعاة التوازن في عرض الأخبار، وإتاحة وجهات النظر المختلفة(١٦).

نخلص مما سبق إلى أن العالم يمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتميز بخاصية أساسية وهى التداخل بين وسائل الاتصال، وذلك بهدف وصول الرسالة الاتصالية إلى الجمهور بيسر وجاذبية. وقد عبرت شبكات الانترنيت عن هذا التداخل، وكذلك اندماج التليفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية. وقد تميزت هذه المرحلة أيضاً بنمو متزيد في عدد وسائل البث والاستقبال السريعة وتنوعها مما أدى إلى تزايد إنتاج المعلومات وتعدد أشكالها. وقد أدت هذه التطورات التكنولوجية إلى حدوث تحولات سياسية وإقتصادية وثقافية واجتماعية بين المجتمعات ونشطت أيضاً عملية التدفق في الأنباء بين العالم المتقدم والعالم النامى.

ثالثاً- الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الاتصال:

يعتبر الاتصال عبر الأقمار الصناعية من أحدث وسائل التكنولوجيا الحديثة. ويتميز النظام الاتصالى بأن قنوات النقل تستطيع نقل الصوت والصورة إلى أى مكان على سطح الكرة الأرضية. وتتكون الأقمار الصناعية من مجموعة من الأجهزة، وتتحرك في مدار متزامن مع دوران الأرض على ارتفاع ٢٢٣٠٠ ميلا فوق خط الاستواء، وبالتالى فإنها تظهر ثابته عندما ينظر إليها من الأرض. ويتم إرسال إشارات ذات ترددات فائقة العلم وله واستقبالها منه باستخدام هوائيات على الأرض. وتستخدم الأقمار المخصصة للاتصالات في نقل المؤتمرات والندوات والاحتفالات والمباريات.

وكان أول قمر إصطناعى دوار هو «سبوتنيك الروسى»، الذي تم إطلاقه سنة ١٩٥٧، وتبعه «سكور» الأمريكى سنة ١٩٥٨، إلا أن «تلستار للبل لابز» هو الذي بدأ في نقل منتظم للصوت والصورة سنة ١٩٦٢. وقد شكل الكونجرس الأمريكى في العام نفسه مؤسسة الأقمار للاتصالات «كوم سات» وهى شركة خاصة. وكان «إيرلى بيرد» سنة ١٩٦٥ هو أول قمر من ١٢ قمراً استخدمت من قبل «انتلسات»، وهو ائتلاف الاتصالات العالمى والذى يربط ١٠٨ بلدا، وتم تشكيله سنة ١٩٦٤. وحصلت «الانتلسات» على أغلب سوق الهواتف والتليفزيونات العالمية لنفسها لسنوات عديدة(١٧).

ومن أهم الاستخدامات الحالية للأقمار هى الاتصالات الهاتفية والتليفزيونية ومعالجة البيانات والتصوير المدارى والأستشعار عن بعد. ويرتكز اهتمام البنوك وشركات التأمين على استخدام الأقمار لنقل المال وحساب قسط التأمين للبوليصات. وتستخدم شركات الشحن أقمار الاتصالات لضبط قائمة الموجودات. ويتم حاليا استخدام أقمار «لاندسات» الأمريكية و»سبوت» الفرنسية لمراقبة العوامل الجوية وسير حركة الجليد ونمو المحاصيل، وتحديد زيت البترول والرواسب المعدنية والأخرى[١٨].

وإذا حاولنا التعرف على تكنولوجيا صناعة الأقمار الصناعية، نجد أنها عملية معقدة، حيث يتم تصميم وتصنيع مجموعة أقمار فضائية بحيث تتكون من قمرين صناعيين على الاقل أحدهما أساسى والثانى احتياطى له. ويتم إطلاقهما إلى الفضاء حسب تصميم القمر. كما يتم تصميم وتصنيع محطات أرضية صاعدة (إرسال إلى القمر) ومحطات أرضية هابطة (إستقبال من القمر)، ومحطات أرضية للتحكم والمراقبة والاختيارات التي تتم على الأقمار العاملة في الفضاء. ويلى ذلك تصميم مجموعة أخرى قبل انتهاء العمر الافتراضى للمجموعة الأولى، ثم يتم تصنيعها وإطلاقها وتشغيلها. والمحطات الأرضية للأقمار الصناعية مزودة بهوائيات قادرة على أن ترسل وتستقبل في الوقت نفسه، إما عن طريق هوائى طبقى قطره ٤٠ مترا ويبلغ التردد من ٤- ٦ ميجا هرتز، ويتطلب ذلك قدرة كهربائية كبيرة. ويتم الإرسال محلياً من الاستديوهات إلى محطات الاستقبال عن طريق شبكة كابلات أرضية بالميكروويف، أو يتم الاتصال محليا عن طريق القمر الصناعى الدولى «انتلستات»، حيث يستخدم هوائى طبقى قطره ١٠ أمتار. وقد اتجه العالم مؤخرا إلى استخدام هوائى طبقى لا يزيد عن متر واحد للاستقبال من القمر الصناعى مباشرة[١٩].

وللأقمار الصناعية مزايا متعددة، حيث تجتاز العوائق الطبيعية للارسال مثل الجبال والمحيطات والصحارى، وتتيح الوصلة الفضائية اتصالا مباشرا من نقطة الى عدة نقاط في وقت واحد. ولا تواجه الترددات الفضائية العقبات الجوية التي تصادف انتشارها في المحيط الأرضى مثل التشويش، وعلاوة على ذلك يمكن بواسطتها تحقيق السرعة والوضوح الكافيين في نقل الأحداث والمعلومات من مكان لأخر، وتوفير استقبال عال الجودة لخدمات الراديو والتليفزيون والهاتف ونقل البيانات. ويمكن استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التليفزيونية بإحدى طريقتين، تعتمد

الأولى على نقل البرامج من موقع أخر بحيث يتم الإرسال من مكان ما والاستقبال في مكان آخر، ومن أمثلة ذلك التقارير الإخبارية التي يتم إرسالها من الخارج. وتعتمد الطريقة الثانية على استخدام الأقمار الصناعية لصالح الخدمة التليفزيونية وتسمى «الاذاعة بالأقمار الصناعية». وفى هذه الطريقة يتم نقل البرامج الى القمر الصناعى إلى منطقة جغرافية شاسعة بحيث يتم استقبالها بشكل مباشر من خلال العديد من أجهزة الاستقبال التليفزيونى فقط. ويمكن أن يتم هذا الاستقبال من خلال محطات تليفزيونية تقدم نفس البرامج في مواقع أو مدن مختلفة، أو شبكات التليفزيون الكابلى التي تعيد الاشارات التليفزيونية على المستقبلين[٢٠].

وبالرغم من المزايا المتعددة التي يتيحها استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التليفزيونية من دولة إلى أخرى، إلا أنها تدخل تحت باب البث الإذاعى والتليفزيونى غير المباشر، طالما أنه لا بد في جميع الحالات من استقبال الاشارات التليفزيونية بهوائيات ضخمة جداً من القمر الصناعى وإعادة بثها من جديد بالشبكة الأرضية العادية. أما البث التليفزيونى المباشر فيعنى إمكانية التقاط البرامج التليفزيونية في المنازل مباشرة عبر هوائى مخروطى لا يزيد قطره عن ٩٠ سنتيمترا دون أى تدخل للمحطات الأرضية[٢١].

رابعاً- البث المباشر وعالمية المجتمع:

بدأت فكرة البث التليفزيونى المباشر بالأقمار الصناعية إلى أجهزة الاستقبال دون تدخل المحطات الأرضية على الإطلاق بمقال عن الخيال العلمى للكتاب البريطانى «آرثر كلارك» سنة ١٩٤٥ نشر بمجلة عالم اللاسلكى. واقترح كلارك في مقاله اطلاق قمر صناعى ليدور حول الأرض على ارتفاع ٣٦ الف كليومتر فوق خط الأستواء. وسوف يحافظ القمر على دورانه حول الأرض في هذا الارتفاع من الغرب إلى الشرق وفى نفس الاتجاه، ويمكن استخدامه في الاتصالات اللاسلكية لعكس إشارتها لمسافات بعيدة دون أن تتبدد[٢٢].

وكان أول قمران للبث الإذاعى والتليفزيونى المباشر في الولايات المتحدة ملك شركة أقمار التليفزيون الأمريكية STC صناعة شركة RCA، حيث أطلقا في مدار استوائى ثابت في يناير وابريل عام ١٩٨٦. أما أول قمر للبث المباشر في أوربا الغربية فكان القمر الصناعى «تى. في .سات» TV- Sat الذي أطلق في أغسطس ١٩٨٤ والذى تم صناعته بين المانيا وفرنسا. كما أطلق القمر الفرنسى للبث المباشر

في ديسمبر ١٩٨٤. وأصبح يوجد الآن أكثر من ١٥ قمرا للبث المباشر فوق الولايات المتحدة وحدها. وتوجد مجموعة أخرى فوق أوربا واليابان واستراليا وجنوب شرق آسيا والهند وجميعها في مدار استوائى على ارتفاع ٣٦ ألف كليومتر. وفى الولايات المتحدة توجد ثلاث محطات تليفزيونية قومية تبث برامجها مجانا وهى ABC و CBS و NBC. وفى اليابان تقوم هيئة الإذاعة اليابانية NHK ببث البرامج مباشرة وبدون رسوم. وفى بريطانيا تقوم هيئة الإذاعة البريطانية BBC وهيئة الاذاعة المستقلة TBA ببث البرامج المباشرة طبقا للنظام القائم حاليا في بريطانيا والذى يقضى بفرض رسوم سنوية على حائزى أجهزة التليفزيون(٢٣).

وفى الولايات المتحدة الأمريكية أعلن سنة ١٩٨٠ عن سياسة السماء المفتوحة، والتى بمقتضاها يمكن لأى شخص أو شركة تمتلك المال اللازم أن تطلق قمرها الخاص بتكاليف تصل إلى ٧٥ مليون دولار للتصنيع والإطلاق والتشغيل من المحطات الأرضية. وتعد جميع الأقمار الصناعية الحالية في الولايات المتحدة للبث المباشر تابعة لشركات خاصة، وكذلك أغلب محطات الاذاعة والتليفزيون عدا ثلاث محطات تليفزيونية قومية فقط، هذا بالإضافة إلى أكثر من خمسة الآف محطة تليفزيون للكوابل تابعة لشركات خاصة، وتستخدم أكثر من ١٠٠ قناة تليفزيونية ونتيجة لسياسة «السماء المفتوحة» فقد أصبحت الأقمار الأذاعية والتليفزيونية الأمريكية عبارة عن استثمارات خاصة(٢٤).

وعلاوة على ما سبق توجد بالولايات المتحدة برامج خاصة بالأقمار أو الكوابل كالأخبار والرياضة والدين والاقتصاد والمال وغيرها. وبالنسبة لرجال الأعمال والبنوك فيمكن عقد المؤتمرات عبر الأقمار بالبث المباشر على قناة خاصة، بحيث يمكن لكل شخص مشاهدة الأطراف الأخرى في الاجتماع وهم على بعد آلاف الكيلوامترات، فضلاً عن خدمات التلكس والفاكس وارسال المستندات وغيرها. ويتم توجيه هذه المواد بنظام الحزم الإشعاعية المركزة «البيتم» إلى القمر الصناعى ثم ترتد مرة أخرى إلى الأرض في بقعة أخرى معينة. ويتم ذلك بواسطة أجهزة الكمبيوتر وعن طريق الأقمار الصناعية بالبث المباشر، وبأسرع ٤٠٠ مرة من استخدام شبكات التليفونات الأرضية(٢٥).

وفى اليابان اكتشف اليابنيون ضرورة تطوير النظام التليفزيونى الأمريكى، وأهمية استخدام تكنولوجيا جديدة للارسال على موجات واسعة تتلافى العيوب

الأمريكية ونواحى القصور في النظم الأوربية. وتوصلوا إلى نظام جديد أطلق عليه اسم نظام «الإرسال التليفزيونى العال الجودة» أى الأكثر تحديدا أو بمواصفات فنية نهائية ويعرف اختصارا HDTV. وفى هذا النظام الملون يستخدم ١١٢٥ خطا في إطار الصورة تكرر ٦٠ مرة في الثانية مع شاشة مسطحة واسعة ٧٦سنتيمترات نسبة طولها إلى عرضها كنسبة ٣:٥ وصوت استديو، وهو نظام مشابه للنظام القياسى في السينما والتى تستخدم أفلاماً ٧٠ مليمترات لعرض الصور. وقد ظهر في الأسواق اليابانية عام ١٩٨١ تليفزيون صغير الحجم بالنظام الجديد HDTV أى التليفزيون العالى التحديد أو الكفاءة يحتوى على شاشة مسطحة مقاس ٤٠سم مزوده بحوالى ٧٦,٨٠٠ نقطة أو خلية ضوئية فوسفورية صغيرة لإظهار الصور[٢٦].

الجدل حول البث المباشر:

شغل موضوع البث التليفزيونى الأجنبى الوافد إلى العالم العربى اهتمام كثير من الباحثين والمهتمين بالإعلام. وقد حذرت بعض الأراء من الآثار السلبية التي قد تترتب على هذا البث، حيث انطلقت هذه التحذيرات من من مبالغات في بعض الأحيان وإطلاق للأحكام العامة، أو تقديم بيانات تنقصها الدقة والموضوعية. وقد دخلت الدول العربية مجال البث التليفزيونى لأقمار الخدمة الثابتة متوسطة القوة، وأقمار البث المباشر غزيرة الاشعاع والتى يمكن استقبال قنواتها التليفزيونية في التجمعات السكينة عن طريق أجهزة الاستقبال العادية بعد أن تلحق بها أجهزة إضافية تختلف قدراتها وأسعارها باختلاف الموقع الجغرافى للدولة المستقبلة والقناة القمرية المرغوب استقبالها[٢٧].

ويعتبر البث التليفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية هو نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال. وقد أصبح المواطن ينتقل بيسر بين المحطات التليفزيونية دون رقابة إلا من نفسه ومن ضميره الوطنى والدينى ووفق إمكانياتة الثقافية واللغوية. والبث التليفزيونى المباشر لا يفد فقط عن طريق الأقمار الصناعية، ولكنه قد يفد من الدول القريبة أوالمجاورة نتيجة ظاهرة الانتشار. فالإشارة التليفزيونية لا تعرف بطبيعتها حدوداً سياسية، ولكنها تنطلق وفق قوة إرسالها ومسارات الانتشار والتى تفرضها طبيعة الظروف المناخية والجغرافية وغيرها. وقد فشل استخدام التشويش على بعض الموجات الإذاعية في أماكن جغرافية محدودة وبتكلفة باهظة لا توازى الفائدة منها، وبالتالى يستحيل عمليا استخدام هذا التشويش على البث التليفزيونى الوافد عبر الأقمار الصناعية[٢٨].

وبالرغم من هذه التطورات التكنولوجية وصعوبة عمليات التشويش وسهولة استقبال البث التليفزيونى المباشر الوافد من الخارج، إلا أن عملية الاستقبال لا تتاح لكل من يملك جهاز استقبال تليفزيونى، بل لا بد لمن يريد أن يستقبل هذه القنوات أن يقتنى هوائيات بأحجام معينة ويوجهها إلى القمر الصناعى الذي يريد أن يتعامل معه، هذا بالإضافة إلى الأجهزة الأخرى الملحقة كجهاز محول الترددات وجهاز فك الشفرة في حالة الرغبة في استقبال قنوات مشفرة. وكل هذا يكلف مبالغ تزيد عادة عن إمكانيات المواطن المتوسط الدخل أو المحدودة، بالاضافة إلى ضرورة معرفة اللغة الأجنبية التي تذيع بها هذه القنوات. ونتيجة لذلك تقل أهمية خطورة البث المباشر.

وقد ثبت من الدراسات الميدانية التي أجريت في كثير من الدول الأوربية بشأن التعرض للقنوات الوافدة، أن المواطن يميل إلى قضاء وقت فراغه في مشاهدة برامجه الوطنية إذا كانت هذه البرامج تلبى احتياجاته الثقافية والفنية وبلغته الوطنية. وعلى جانب آخر يعد التليفزيون ليس الأداة السحرية القادرة على تشكيل وتغيير العقائد والأراء والاتجاهات والسلوك، فالتليفزيون ليس إلا أحد أدوات التشكيل والتغيير. وقد يزيد تأثيره بالنسبة للمعلومات. فهو وسيلة مؤثرة في نشر المعلومات- صحيحة أو غير صحيحة- أما تأثيره في الاتجاهات والأراء فيعتبر محدودا ومشروطا بعدة اعتبارات أهمها الأسرة والمدرسة والدين وجماعة الأصدقاء ووسائل الثقافة والاتصال الأخرى[٢٩].

سياسات مواجهة البث التليفزيونى المباشر:

لا شك إن إعادة النظر والتركيز في موضوع الاستعمار الثقافى قد أفسح المجال أمام وجود استراتيجيات إعلامية جديدة تنشط وتقوى الثقافات المحلية. فكثير من دول الجنوب تنتج وتصدر المواد الإعلامية بما فيها أفلام من الهند ومصر وبرامج تليفزيونية من المكسيك والبرازيل. وعلى سبيل المثال تصدر الشبكة البرازيلية انتاجها إلى ١٢٨ دولة. ويفوق إنتاجها أى محطة أخرى في العالم. ويعد التدفق الاعلامى من البرازيل إلى البرتغال مثالا يوضح أن التدفق الثقافى المعاصر هو النقيض للصورة التاريخية للاستعمار. كما أن المواد التليفزيونية من أمريكا اللاتينية والتى تعرض في القنوات الأسبانية قد سميت «بالاستعمار الثقافى المعكوس». وكذلك تكتسب الهند مكانة مرموقة في الاوساط الإعلامية من خلال صناعة السينما بها. فهى الأكثر إنتاجا في العالم (أكثر من ٩٠٠ فيلم في علم ١٩٨٥) ولها سوق تصديرى واسع النطاق[٣٠].

وقد حاولت بعض الدول إقامة استراتيجيات إعلامية تؤكد على هويتها الثقافية ومناهضة الثقافات الوافدة. وسنغافورة على سبيل المثال تقود تيارا يؤكد على أهمية وجود منظور آسيوى في الساحة العالمية، ويرتكز على القيم الآسيوية في وسائل الإعلام. ولمواجهة هذا السيل من الصور والبرامج والمواد الأجنبية التي تنقلها المؤسسات الإعلامية العالمية لجأت الحكومات الآسيوية إلى تبنى استراتيجيات إعلامية نشطه تساعد الثقافة الأسيوية وتشجيعها. وقد جاء مشروع تكنولوجيا المعلومات ٢٠٠٠ الذي يهدف إلى ربط سنغافورة بالعالم وبالعكس كأحد المشروعات الاقليمية المكملة لاتجاه الحكومة نحو بناء الاقتصاد الخارجي لسنغافورة. فمن الناحية الأيديولوجية تعكس الاستراتيجيات الاعلامية نحو الاقليمية في صناعة الصحافة والاذاعة في مشروع IT ٢٠٠٠- تكنولوجيا المعلومات ٢٠٠٠- الرغبة الواعية لتغيير فكرة الشرق المحتل الذي يحاول تصحيح أخطاء الغرب الذي احتله. وتمثلت الاستراتيجيات التي اتخذتها سنغافورة في تخصيص هيئة الاذاعة السنغافورية المملوكة للدولة، وجاء قرار التخصيص كمشروع مضاد للهيمنة ولمواجهة تحدى الإذاعات الغربية عبر الأقمار الصناعية(٣١).

وفى مصر يقترح «سعد لبيب» بعض السياسات لمواجهة البث التليفزيونى المباشر، تركزت معظمها حول الارتفاع بمستوى البرامج وتعدد القنوات التليفزيونية. وبالنسبة للبرامج تمثلت مقترحاته فى(٣٢):

١- تخطيط البرامج على المدى البعيد والمتوسط، حيث تستطيع البرامج التليفزيونية أن تحدث تأثيراً في نفوس المشاهدين وعقولهم، وفى قيمهم الاجتماعية وأنماط سلوكهم. ويقصد بتخطيط البرامج «التحديد الدقيق للأهداف الاجتماعية والثقافية والفنية مع تحديد الأولويات والمدى الزمنى للخطة والجمهور المستهدف والنتائج المتوقع حدوثها وطرق التنفيذ والتقويم، وذلك كله في إطار السياسة العامة للدولة والامكانات المادية والبشرية المتاحة.

٢- الارتفاع بمستوى الشكل الفنى للبرامج، ويقصد بالشكل الفنى تطوير عمليات التقديم والاخراج والتحرير والإعداد والتصوير والتسجيل والتنسيق والانتاج والديكور والملابس والتشغيل الهندسى. وتتعاون كل هذه العمليات من أجل تقديم «شكل» يجذب انتباه المشاهدين، ويتيح لهم الاستفادة والاستماع بالمضمون.

٣- وضع سياسة متطورة للتدريب التليفزيونى في جوانبه البرامجية والهندسية والادارية، حيث تفرض المتغيرات التكنولوجية متابعتها بالتدريب على تشغيلها وصيانتها وكيفية استخدامها.

٤- الاستفادة من عمليات تبادل البرامج والأخبار عبر الشبكة الفضائية العربية عربسات وتنشيطها بحيث تصبح مصدراً لمزيد من الأخبار الموضوعية ولأفضل إنتاج يمكن أن تقدمه الهيئات التليفزيونية العربية المتنافسة.

أما بالنسبة لتعدد القنوات التليفزيونية، فكان الهدف منها ايجاد منافذ وطنية جديدة ومتعددة تناسب مع تعدد المستويات والاحتياجات الثقافية والاجتماعية لفئات المشاهدين مما يجعلهم في غالب الأحيان في غنى عن اللجوء إلى قنوات فضائية أجنبية ذات تكاليف مرتفعة نسبيا ويتمثل هذا الاقتراح فى[٣٣]:

١- زيادة عدد الخدمات أو القنوات على المستوى الوطنى، إلا أن هذه الزيادة محكومة بعدة قيود منها عدد القنوات الممنوحة لكل قطر لشغلها تليفزيونيا من جانب الاتحاد الدولى للاتصالات ولجان التنسيق التابعة لاتحاذ إذاعات الدول العربية، ويتمثل القيد الثانى في ضرورة تدبير الموارد المالية اللازمة لإنشاء هذه القناة ويوجد قيد ثالث وأخير، ويتمثل في ضرورة تحديد طبيعة المواد التي تذاع في هذه القناة أو القنوات وفقا لاحتياجات المشاهدين ورغباتهم.

٢- نشر الخدمات التليفزيونية المحلية والاقليمية، حيث تخدم وسائل الإعلام المحلية والاقليمية مجتمعات لها خصائصها الثقافية والمهنية المتميزة واهتمامتها الخاصة، وتحدها حدود مكانية معينة هى الأقدر على جذب انتباه الناس لأنهم يشاهدون فيها أنفسهم، فهى وحدها التي تهتم بأخبارهم وتناقش مشكلاهم. وتقدم لهم المعلومات والخاصة بمجتمعهم الصغير.

٣- البدء في دراسة إمكانيات استخدام نظام التوزيع بالكوابل.

٤- استقبال بعض القنوات الأجنبية الفضائية مركزيا وتوزيعا محليا.

٥- استخدام نظام التوزيع بالشفرة إلى جانب البث العام في القنوات القائمة.

خامساً- تكنولوجيا الاتصال والهوية الثقافية:

جسدت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة أو الموجة الثالثة الجديدة -على حد تعبير «الفين توفلر»- احتياجات الإنسان المعاصر، حيث يرتبط بنظام اقتصادى واجتماعى وثقافى جديد. ومعنى هذا أن النظام الإعلامى الجديد ينتج حسب الطلب منوعا صور منتجاته ومرسلا عروضا وأفكاراً أو رموزاً مختلفة لشرائح سكانية معينة ولأسواق بعينها ولفئات سنية ومهنية ولمجموعات عرقية أو اجتماعية مستهدفة، ويعد هذا التنوع الجديد والمتطور للغاية للإعلام تكنيكاً ومضموناً أمراً ضرورياً[٣٤].

وعندما ندرس تكنولوجيا الاتصال والهوية الثقافية، يجب أن نتعرف على فكر ماركس في هذا الصدد. فقد آمن بأن الثقافة لها جذران الأول هو الطبيعة والثانى هو الانسان. ويفترض بأن الانسان يمارس تأثيراً فعالا وقويا بواسطة استخدامه بعض الأشياء التي تساعده في السيطرة عليها. ويؤكد ماركس بأن الانسان القديم كان يستخدم مصادر الطبيعة الأولية كما هى، ولكن بعد التقدم التكنولوجى وانتشار الثقافة أصبح الانسان أكثر سيطرة على مصادر الطبيعة الأولية، وذلك من خلال إعادة إنتاجها لتحقيق أكثر فائدة، أى أن علاقة الانسان بالطبيعة أصبحت اجتماعية، لأنه يعتمد عليها أساساً في الحصول على مصدر الرزق، ولأن إنتاج المواد الخام واستخراجها من الطبيعة يحتاج لأكثر من فرد. ومن هنا كان لابد وأن يكون الفرد علاقات مع الأخرين لمساعدته في استخراج هذه المواد وإعادة تصنيعها. وقد ارتبط هذا التعاون بالمجتمع، لأنه يخضع لبعض القوانين التي من شأنها أن تنظم الحياة بين أفراد المجتمع الواحد. ويؤكد ماركس أن القوانين الاجتماعية تتغير من مكان إلى آخر، ومن عصر إلى آخر حسب التقدم الذي يحرزه المجتمع. بمعنى أنه قد حدث تغيير في القوانين الاجتماعية التي كانت سائدة بين الأفراد ونتج عنه أيضا تغيير في أنماط الثقافة نتيجة انتشار وسائل الإعلام. ويرى ماركس أن القوانين الاجتماعية تتأثر بطبيعة الدولة (رأسمالية أو اشتراكية) وديانات الأفراد. ويؤكد ماركس أيضا على أن الوعى الاجتماعى يزداد بالتقدم العلمى وانتشار الثقافة. وهذا يدل على أنه كلما تقدم المجتمع زاد وعى أفراده، وهذا ينعكس بدوره على قدرة الأفراد في زيادة التحكم والسيطرة على مصادر الطبيعة[٣٥].

وقد اهتم ماركس بدراسة دور وسائل الإعلام في المحافظة على الشكل الاجتماعى للمجتمع في ظل التقدم المادى من خلال وسائل الإعلام، حيث

تستطيع التأثير في سلوك الأفراد والعمل على إبراز العادات والتقاليد القديمة التي تعمل على زيادة الارتباط بين أفراد المجتمع الواحد، ويلاحظ هنا أن المادية التي كان يريدها ماركس هى التي تأخذ جذورها من العصور التاريخية المختلفة لكل مجتمع، وذلك للخصوصية التاريخية التي تميز كل مجتمع. أى أن المادية التاريخية هنا تاريخية من الدرجة الأولى. ويوضح ماركس أن هناك مادية تعتمد أساساً على قوة الرجل الجسمية، ولكنها مادية غير كاملة كما أسماها، وغير منطقية. كما رفض المبدأ الذي يؤكد على أن المادية أساسها التقدم التكنولوجي فقط، لكنها تقوم على عدة عوامل أهمها القوة الجسمية والمصدر التاريخى وأخيراً التقدم العلمى[٣٦].

ويربط ماركس بين التقدم المادى والإعلامى والثقافى في المجتمع وزيادة وعى الأفراد. أى أن هناك إنتاج آخر غير الانتاج المادى وهو إنتاج ذهنى واجتماعى. ويرى ماركس أن العلاقات التي تحكم التنظيم الاجتماعى للانتاج المادى معروفة ومفهومه، ولكل مؤسسة إنتاجيه أسلوب خاص بها. وترتكز كل الأساليب الهامة للانتاج على نوع واحد يتمثل في كيفية استغلال قدرات الانسان في الانتاج (الجانب الجسمانى والعقلانى). وتلعب القوانين الاجتماعية والنظم الثقافية دورا هاما في زيادة الانتاج، ويأتى ذلك من خلال مواكبة التقدم العلمى في مجالات التكنولوجيا المتعددة، حتى لا يحدث انفصال بين القوانين الاجتماعية والأفراد[٣٧].

وقد أكد كل من ماركس وأنجلز على أهمية الثقافة وفاعليتها في عملية الانتاج. ويتمثل ذلك في الاهتمام بالقيم والعادات التي تساعد على زيادة الانتاج وإهمال القيم الأخرى التي تعمل على انتشار الكسل بين الأفراد. ويؤكد كل من ماركس وأنجلز أن كل هذا يتم من خلال عامل واحد وهو الإعلام ووسائله المختلفة، حيث يعمل على التأكيد على أهمية الانتاج وربطه بالثقافة. ويرى ماركس أن الثقافة والإنتاج وجهان مختلفان لعملة واحدة. أى أن الثقافة عبارة عن الجزء النظرى الذي يمد الانتاج بالقوانين والنظريات والأفكار ويبرز ذلك في تطبيق هذه القوانين والأفكار على عمليات الانتاج. أى أن الثقافة هى الجانب النظرى، أما الانتاج فهو الجانب العملى. ويؤكد ماركس على توارث العادات والتقاليد من جيل إلى آخر، ولذلك تورث أساليب الانتاج أيضا، حيث يبدأ كل جيل من حيث انتهى الآخر، أى أن هناك تواصل بين القديم والجديد كما يحدث في الثقافة بالضبط. ويلاحظ أن الانتاج الذي يهتم بجميع قدرات الأفراد يعد انتاجا متكاملا، ولكن الانتاج الذي

يعتمد على قدرة معينة (الجسمية) في الانسان لا يكون انتاجا متكاملا، فسرعان ما يصاب العامل بالملل وعدم القدرة على مواصلة العمل. ولذلك يجب العمل على تنشيط عقله وتنمية ملكاته وقدراته، ويعطى ماركس مثالا يوضح ذلك بالمهندس المعمارى الذي يقوم بتصميم المبنى في ذهنه أولاً، ثم يقوم بعد ذلك بتصميمه في الواقع. أنه كلما كان تخيل هذا المهندس واضحاً ومبنيا على أسس علمية وثقافية قوية، كان هذا التصميم ذو دقة وجمال في الواقع (تأثير الثقافة والعلم). ويلاحظ أنه يرجع الفضل إلى ماركس في صكه مصطلح «الوعى التطبيقى»، أى أن وعى الفرد لا بد وأن يتكيف مع قوانين الطبيعة ، ويمكن تطبيق هذا الوعى على أرض الواقع، ولا يعد وعيا خياليا يصعب تحقيقه. ويؤكد أن الوعى يختلف من فرد إلى آخر حسب ثقافة كل فرد واحتياجاته[٣٨].

وتبرز العلاقة بين اقتصاديات السوق والانتاج وتكنولوجيا الإعلام، حيث يشكل السوق دورا هاما في نظرية ماركس بما له من سلطة في إنتاج سلع معينه وعدم إنتاج أخرى، وارتفاع أسعار سلع معينة وانخفاض أخرى (العرض والطلب) أى أن السوق يقوم بدور بدور الوسيط بين الانتاج والأفراد، بمعنى أن السلعة التي يزداد الطلب عليها يجب العمل على زيادة إنتاجها وهذا يمكن أن يؤخذ على ماركس، لأن زيادة الطلب على سلعة معينة لا يعنى أنها ذات قيمة كبيرة بالنسبة للأفراد. ويبدو ذلك واضحا في الاقبال الكبير على الافلام الهابطة مع أنها عديمة القيمة وتؤدى إلى نتائج سلبية. ومن هنا يلاحظ أن السوق هو همزة الوصل بين الفرد والانتاج. ولذلك توجد بعض العوامل التي تساعد على زيادة العلاقة بين الأفراد والمنتجات، ومن بينها الإعلام، حيث يسعى القائمون عليه باستغلال جميع وسائل الإعلام في بث القيم الروحية بين الأفراد، والعمل على نبذ الأشياء التي من شأنها تعمل على انحدار قيم وعادات المجتمع مهما كان الطلب عليها من قبل السوق. ومن هنا يكمن الارتباط بين ثقافة المجتمع والسوق والعمل على زيادة السلع التي من شأنها المحافظة على قيم المجتمع وتماسكه وتحفيز الأفراد في الأقبال عليها[٣٩].

الإعلام كصناعة ثقافية:

يعد الاعلام صناعة تخصصت في انتاج الأعمال الثقافية وتوزيعها. وكانت ثقافة الحياةاليومية في النظم الاجتماعية المبكرة من صنع مجتمعات محلية معزولة يتم السيطرة عليها جغرافيا.

وبالرغم من أن الصفوات كانوا يسيطرون على النظام الاجتماعى تماما، وكانت لهم ثقافاتهم الخاصة، إلا أنها كانت- الثقافة- منفصلة عن ثقافة الجماهير ولها تأثير ضعيف عليها، حيث كانت ثقافة الجماهير تعتمد على الخبرة اليومية للطبقة المتوسطة. أما في النظم الاجتماعية المعاصرة، فقد بدأت الصفوات في تطوير الأشكال المدمرة للثقافة الجماهيرية، وتتخلل ثقافة الحياة اليومية. وعملت هذه الأشكال الجديدة كأيديولوجيات فعاله تقود الناس إلى إساءة تفسير خبراتهم، ومن ثم العمل ضد مصالحهم الخاصة(٤٠).

وفى الولايات المتحدة الامريكية ظل الإعلام مستقلا نسبيا عن المؤسسات السياسية. ونالت الثقافة الجماهيرية شعبية ضخمة، وفرضت صناعات كبيرة تنافست فيما بينها لجذب اهتمام معظم الأمريكيين. وقد خفت صوت النقد الموجه إلى الثقافة الجماهيرية داخل الولايات المتحدة. وقبل معظم الأمريكيين السلع الثقافية التي ظهرت في نيويورك وهوليود كما لو كانت ثقافتهم الخاصة. بينما أثارت هذه السلع الثقافية جدلا كبيرا عندما قامت الولايات المتحدة بتصديرها إلى شعوب أخرى، فقد استطاعت هذه السلع (المواد الإعلامية) إعادة تشكيل واقع الحياة اليومية. وظهر ذلك بوضوح لدى شعوب العالم الثالث(٤١).

وفى كتابه «الإعلام هم الأمريكان» The Media are American قدم «جيرمى تانستول» Jeremy Tunstall سنة ١٩٧٧ وصفا مقنعا للطريقة التي يتبعها متعهدى تصدير الإعلام الأمريكى، حيث طوروا استراتيجياتهم لخلق جاذبية عامة له. وأوضح أيضا «تانستول» كيف أنها نجحت- الاستراتيجية- دوليا في مواجهة المنافسات من قبل فرنسا وبريطانيا. وفى أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين عرف متعهدى تصدير الثقافة الأمريكية قوة تكنولوجيا الاتصال الجديدة. ولكن لم يكن هناك فكرة وا ضحة لكيفية استخدامها أو الاستفادة منها. ونظر معظم رجال الصناعة الكبار إلى الإعلام على أنه لا يزيد عن كونه مشروعا بسيطا يمكن النظر فيه كثيرا. وكان قليل منهم الذين أرادوا استثمار نقودهم لخلق صناعات قادرة على البقاء. ودارت اسئلة حول كيف يمكن للرسائل المذاعة على الهواء من خلال صور متحركة بيضاء وسوداء على شأنه أن يستفاد منها؟ وكيف يمكن كسب ربحها؟ وهل سيدفع الناس بالفعل مقابل رؤيتهم وسمعهم لهذه الأشياء؟ وكيف يمكن تنظيم الصناعات التي تقوم بتصنيع المنتجات الثقافية

وتسويقها؟ . لقد فشلت معظم المحاولات الأولى للإجابة على هذه الأسئلة، ولكن بالجهد والتجربة نمت استراتيجيات جديدة(٤٢).

وقد قدما «تانستول» و «تونى بان ألاى» Tin Pan Alley مدينة نيويورك كنموذج تتنافس فيه الصناعات الاعلامية الأمريكية، حيث انتشر المؤلفون المتخصصون في الموسيقى الشعبية والأغنيات القصيرة الجذابة، وتم تسويقها بسهولة للمستمعين الذين لم يكن لديهم الوقت أو التدريب الكافى لتقييم الأشكال الفلسفية للموسيقى. وكان مؤلفوا الأغانى يتقاضون أجوراً ضئيلة ويعملون كثيرا، بينما حصل متعهدوا وأصحاب الشركات على مكاسب ضخمة. ونظرا للتكلفة البسيطة لحفظ الانتاج وتوزيعه، فقد أدى ذلك إلى الانتشار السريع لعملية الانتاج، الأمر الذي أدى إلى زيادة المكاسب ودفع أصحاب شركات الانتاج إلى خارج الولايات المتحدة. وقدمت الحرب العالمية الثانية فرصة خيالية لقلب الثقافة في أوربا. وطالب الجيش الأمريكى بالسماح له بتصدير نوعيات من الثقافة الأمريكية إلى أوربا، وسمح له في ذلك الوقت، حيث أثبتت شعبيتها. وكان راديو القوات المسلحة الأمريكية متأثرا في برامجة بالموسيقى الشعبية وعروض التسلية(٤٣).

ما هى النتائج التي تعود وراء ارتفاع مكانة ثقافة الحياة اليومية وإعادة صياغتها وتسويقها إلى الناس مرة أخرى؟ وقد أجابت الدراسات الثقافية التحليلية على هذا السؤال بالآتى(٤٤):

١- عند اختيار عناصر من ثقافة الحياة اليومية، يتم اختيار عناصر محدودة جدا منها، ويتغاضى عن عناصر هامة. وعلى سبيل المثال يتم تجاهل العناصر الثقافية الهامة في بناء خبرات جماعات الأقليات الصغيرة، بينما يتم التركيز على الثقافة التي يمارسها قطاعات كبيرة. ولتفسير ذلك شاهد بعض المواقف الكوميدية من حقبة الستينات مثل «الأب يعرف أفضل» و «إتركها لكلب الماء». وفى أثناء هذه الفترة قدمت هذه البرامج شكلا متجانسا ونموذجيا لحياة الأسرة الأمريكية. ولذلك تجعلك هذه البرامج تتساءل هل كان هناك أناس فقراء أو جماعات عرقية تعيش في الولايات المتحدة سنة ١٩٦٥؟!

٢- تضمنت عملية صياغة الثقافة وضعها في قالب درامى لهذه العناصر الثقافية التي تم اختيارها ثم الارتفاع بقيمة أشكال معينة من العمل، وبولغ في أهميتها، بينما أهملت العناصر الأخرى. وتعد العملية الدرامية عامل جذب لأكبر عدد ممكن

من الجماهير، ويتم حذف العناصر المملة والمثيرة للجدل، وتضاف الملامح المعروفة بقبولها لدى شرائح واسعة من الجماهير. ويعد الجنس والعنف من أهم الملامح التي جذبت الانتباه وأشعلت العاطفة. وكان هذا هو السبب الجوهرى وراء تصاعد الصراع مثل مطاردة السيارات والقتل بالمسدسات في التليفزيون، بينما كان الحوار بين الأصدقاء نادرا.

٣- تم تسويق السلع الثقافية بالطريقة التي صعدت احتمال أنها سوف تقتحم وتتخلل الحياة اليومية. ويعتمد نجاح الصناعات على تسويقها بدرجة كبيرة وعلى حجم الثقافة وكذلك عدد الناس بغض النظر عما إذا كان هذا العدد سوف يوجه إليه مضمون الرسائل الإعلامية أو النتائج الناجمة عن ذلك.

٤- يجهل الصفوات التي تقوم بإعداد الصناعات الثقافية عموما نتائج عملهم. ويتأسس هذا الجهل جزئيا على انفصالهم عن الناس الذين يستهلكون سلعهم ومنتجاتهم. فالصفوة يعيشون في هوليود أو نيويورك، وليس في الأماكن النمطية. ويتأسس الجهل أيضا من خلال استبعاد الاستراتيجيات أو الأبحاث المتبعة في مقاومة صناعة التبغ أو الأبحاث التي تنشر آثار التدخين الضارة.

٥- يأخذ اختراق ثقافة الحياة اليومية أشكالا متعددة، ويرتبط بعضها بوضوح باستهلاك المضمون الضار، ولكن تأخذ أشكالاً أخرى من الاختراق عمليات ثابتة، وتحدث عبر فترات طويلة. وبدأت معدلات الاختراق الثقافى في الازدياد ومن خلال إذاعة وبث أخطاء عن العالم الاجتماعى والتى تؤدي إلى تفكك المؤسسات الاجتماعية. وعلى سبيل المثال يرى «جوشيا ميرتز» Joshua Meyrowitz أن الإعلام حرمنا من الشعور بالمكان. ويعتقد «نيل بوستمان» Neil Postman أن الإعلام ركز كثيرا على التسلية. واهتمت «كاثلين جامسيون» Kathleen Jamie-son بأفول الخطاب السياسى وانحطاطه في وسائل الاعلام.

خاتمة مناقشة وتقييم:

إذا كان الراديو والتليفزيون قد نجحا في تحويل إعلام الجماهير، فإن تكنولوجيا المعلومات تسعى حاليا إلى نقل الإعلام الجماهيرى إلى الإعلام المتخصص. وكان الحديث في الماضى عن البث على نطاق أوسع، أما اليوم فهناك حديث على النطاق الضيق. ويتجه الإعلام حاليا من نظام يبث الرسالة نفسها لعامة مشاهديه إلى نظام

يتيح لمشاهديه انتقاء مواد اعلامية وتحديد مواعيد استقبالها، أو اختيار موضوعات صحيفته من ضمن قاعدة كبيرة من المواد الجاهزة للنشر. ولم يكن لذلك أن يحدث دون التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصالات، حيث توافرت وسائل عملية لربط مراكز البث الإعلامي بفئات جماهيرية من خلال كابلات الاتصال المباشر أو من خلال شفرات خاصة(٤٥).

ونتيجة لهذه التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال، فقد برزت آثارها الواضحة على الهوية الثقافية، حيث ساعدت وسائل الإعلام العديدة على انتشار الأفكار الجديدة الخاصة بالمساواة والعدالة وتكافؤ الفرص، وحق الحياة الكريمة لكل فرد في المجتمع، وغيرها من الأفكار التي يترتب عليها إثارة وعى الناس من خلال المقارنة بين وضع الفرد أو الجماعة ووضع الآخرين. وبذلك فإنها تهئ المناخ لتغيير تلك الأوضاع التي لا تحظى بالرضا العام. ولا يمكن النظر إلى وسائل الاعلام كأدوات متحددة مهمتها في نقل الأخبار ورصد المعلومات فقط. فهى ليست وسيلة، بل أصبحت غاية في حد ذاتها تبلور السياسات وتروج التيارات الفكرية والثقافية العالمية، وتطرح آراء وبرامج في مختلف الشئون العامة.

وتبرز العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والهوية الثقافية من خلال النظر إلى دور التكنولوجيا عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة في عملية التغير الثقافى. وقد مثلت تكنولوجيا الطباعة عاملا أساسيا في محو الأمية وكسر احتكار المعرفة، وهو الأمر الذي انعكس على الحرية السياسية وزيادة الحضرية. وقد ساعدت تكنولوجيا الاتصال أيضا على التقارب بين الشعوب من خلال انتشار المسلسلات والأفلام التي تعكس واقع المجتمعات.

وأخيرا يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال قد لعبت دورا هاما في تغيير السلوك والقيم، وكلما كان الإعلام مقنعا وتتسم موضوعاته بالموضوعية، كان له الأثر الكبير في توجيه الأفراد للتخلى عن العادات غير الصحيحة. وتتمتع وسائل الاعلام بتأثير متميز في قدرتها على غرس الأفكار والقيم الثقافية، لكن يختلف هذا التأثير من فرد إلى آخر حسب الوقت والمكانة الاجتماعية والسلم الوظيفى.

الهوامـــش

١ - د. محمد محمد البادى، ثورة تكنولوجيا الاتصالات ومشكلة الجماهير في العلاقات العامة، دراسات اعلامية، ابريل- يونيو، ١٩٩٢، ص٦٣.

٢- د. محمود علم الدين، ثورة المعلومات ووسائل الاتصال- التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال- دراسة وصفيه، مجله السياسة الدولية، يناير، ١٩٩٦، ص١٠٣.

٣- د. محمد محمد البادى، مرجع سابق، ص:٦٣.

٤- د. محمود علم الدين، مرجع سابق، ص١٠٣.

٥- سعد لبيب، الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، دراسات اعلامية، يناير- مارس ١٩٩٤، ص: ١٥.

٦- د. شكرى العنانى، التوثيق الاعلامى ونظم المعلومات، مكتب ممدوح، طنطا، ١٩٩٤، ص: ٥، ٦.

٧- سعد لبيب، مرجع سابق، ص١٥، ١٦.

٨- د. محمود علم الدين، مرجع سابق، ص ص ١٠٣، ١٠٤.

٩- المرجع السابق، ص: ١٠٤.

١٠- د. حسن عماد مكاوى، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٣، ص ص ١٣٤.

١١- المرجع السابق، ص ١٣٣.

١٢- د. شكرى العنانى، مرجع سابق، ص ص ٢١٣.

١٣- المرجع السابق، ص ٢١٣.

١٤- د. حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ١٥٩.

١٥- د. شكرى العنائى، مرجع سابق، ص ٢١١.

١٦- د. حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ١٦٨.

١٧- توم فوريستر، مجتمع التقنية العالمية، ترجمة د. محمد كامل عبد العزيز، مركز الكتب الاردنى، عمان، ١٩٨٩ ص ص ١٦٦، ١٦٧.

١٨- المرجع السابق، ص: ١٧٠.

١٩- حسن الشامى، وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر، المكتبة الثقافية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٢، ص ص: ٢٠١، ٢٠٢.

٢٠- د. حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ص ١٠٥.
٢١- جلال عبد الفتاح، البث الاذاعى والتليفزيونى المباشر، الجزء الأول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، سلسلة العلم والحياة، ١٩٩٤، ص ٢٣.
٢٢- المرجع السابق، ص ٩.
٢٣- جلال عبد الفتاح، البث الإذاعى والتليفزيونى المباشر، الجزء الثانى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٤، ص ص ٩-١١.
٢٤- المرجع السابق، ص: ١٥.
٢٥- المرجع السابق، ص: ١٦.
٢٦- المرجع السابق، ص ص ٧٦، ٧٧.
٢٧- سعد لبيب، نحو سياسية تليفزيونية جديدة في عصر أقمار الاتصال والبث المباشر، وزارة الإعلام ومؤسسة فريد ريش، القاهرة، ١٩٩١، ص: ١.
٢٨- المرجع السابق، ص ص ٢- ٥.
٢٩- المرجع السابق، ص: ٥.
٣٠- د. الفت حسن أغا، البث المباشر والهوية الثقافية، دراسات اعلامية، ابريل- يونيو ١٩٩٥، ص: ٣٠.
٣١- المرجع السابق، ص ٣٣.
٣٢- سعد لبيب، نحو سياسة تليفزيونية جديدة في عصر أقمار الاتصال والبث المباشر، مرجع سابق، ص ص ٩- ١٢.
٣٣- المرجع السابق، ص ص ١٣، ١٤.
٣٤- الفين توفلر، تحول السلطة، ترجمة لبنى الريدى، الجزء الثانى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص ص ١٤٤، ١٤٥.

35- Stuart Hall, Culture, the Media, and the ideological effects, in: James Curran, Mass Communication and society, The open University, 1979, pp: 315, 316.

36- Ibid., p. 316.

37- Ibid., pp. 318, 319.

38- Ibid., pp. 318, 319.

39- Ibid., p. 323.

40- Stanley J.Baran, Dennis K. Davis, Mass Communication theory- foundations- Forment and Future, Wadsworth publishing company, California, 1995, p: 330.

41- Ibid., p. 331.

42- Ibid., p. 331.

43- Ibid., p.331.

44- Ibid., p. 333.

٤٥- د. نبيل على، العرب وعصرالمعلومات، عالم المعرفة، الكويت ابريل، ١٩٩٤، ص ٣١٩.

الفصل السادس

البث التليفزيونى والهوية الثقافية

«دراسة استطلاعية»

- مقدمــــة.
- أولاً- التليفزيون وسيلة ثقافية.
- ثانياً- البث التليفزيونى المباشر وعولمة المجتمع.
- ثالثاً- البث التليفزيونى المباشر والهوية الثقافية العربية:
  ١- خصائص الهوية الثقافية العربية.
  ٢- آليات اختراق الهوية الثقافية العربية.
  ٢- تأثير البث التلفزيونى المباشر.
- رابعاً- البث التليفزيونى المباشر والهوية الثقافية المصرية.
- خامساً- الجهود المبذولة للحفاظ على الهوية الثقافية العربية.
- خاتمة: مناقشة وتقييم.
- الهوامـــش.

الفصل السادس

البث التليفزيونى والهوية الثقافية

«دراسة استطلاعية»

مقدمـــة:

البث التلفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال. وقد أصبح المواطن يتنقل بيسر بين المحطات التلفزيونية دون رقابة إلا من نفسه ومن ضميره الوطني والدينى ووفق إمكانياته الثقافية واللغوية. وبدأت ظاهرة البث التلفزيونى المباشر تأخذ مكانة هامة بين الباحثين والمتخصصين. إذ يرى بعض الباحثين أن تأثيره على المشاهد العربى قد يكون إيجابيا أو سلبيا أو الاثنين معا. فمن الآثار الإيجابية أنه يجدد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإبداع والأداء الرفيع والإيقاع السريع مع تشجيع التبادل الحضارى ونشر التسامح الثقافى بين الأمم والشعوب. وكذلك يساهم في تطوير وسائل الاتصال المحلية وبخاصة التلفزيون، إذ تفرض عليها المنافسة مع القنوات العالمية ضرورة تحديث أساليبها. ومن إيجابيات البث المباشر أيضاً اختفاء فكرة السيادة الإعلامية التي كانت تتمسك بها الدول، الأمر الذي سوف يثير قلق الحكومات الاستبدادية والنظم العنصرية. أما الجوانب السلبية في البث التلفزيونى المباشر فتتمثل في تشكيل العقول والتلاعب باتجاهات الرأى العام وتوجيه رغبات الناس بما يوافق سياسات أصحاب هذه المحطات ومصالحها في الدول الغربية وفى مقدمتها الولايات المتحدة. أيضاً يستطيع البث التلفزيونى المباشر إشاعة الميول الاستهلاكية النهمة والرغبة في التقليد والمباهاة، وأخيرا حقن الوجدان القومى بقيم ومعايير وسلوكيات قد لا توافق الثقافة التقليدية، الأمر الذي يهدد النسيج الاجتماعى.

وقد استقطبت مسألة الاستقبال التلفزيونى المباشر بواسطة الأطباق منذ التسعينيات اهتمام الجميع في العالم العربى- سواء القادم من الخارج أم ما نبثه نحن-

من سياسيين ومفكرين وباحثين اجتماعيين ومختصين بمجال الإعلام والاتصال- كما أثارت هذه القضية جدلا واسعا في مختلف الأوساط. واتخذت السلطات في العديد من الأقطار العربية تجاهها مواقف متباينة. وربما كان سبب تخوف الكثيرين من ظاهرة البث التلفزيونى المباشر هو الحفاظ على الهوية الثقافية العربية، في الوقت الذي تحاول فيه الولايات المتحدة اختراق الثقافات الوطنية في كثير من دول العالم ومن بينها الثقافة العربية. وتنفق الولايات المتحدة ٢٥٠ مليار دولار سنويا لترويج ثقافتها، وأنشأت محطة MTV للقيام بهذه المهمة على مستوى العالم. حيث تبث الصور الخليعة والموسيقى والفنون التي تدغدغ الأحلام. وتمارس الولايات المتحدة الهيمنة الإعلامية من خلال تحكمها في تجهيز المعلوماتية والحاسوبية وغزو الفضاء وبنوك المعلومات. وتتركز معظم مصادر البث الإعلامى والأقمار الصناعية ومواد تصنيعها في يد الولايات المتحدة أيضاً. وتستطيع مراكز البث والتصنيع بث الأخبار والمعلومات التي تناسبها، وتشكل صورة العالم بما يوافق مصالحها. وتستطيع أيضاً التحكم في الأفكار والأذواق والأزياء الثقافية والانتشار الأدبى واللغوى بالشكل الذي يوافق مصالحها.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية، حيث اعتمدت على مسح التراث وتطبيق استمارة استبيان على عينة من الجمهور، فلما كانت الدراسة تهتم ببحث تأثير البث التلفزيونى المباشر في الهوية الثقافية العربية، كان لزاما أن نهتم بكل ما كتب عن هذا الموضوع سواء في الدراسات العربية أو الأجنبية على السواء، أيضاً قام الباحث بتصميم استمارة استبيان بلغت مفردات العينة فيها ١٠٠ مفردة، تم تطبيقها على عينة من جمهور مدينة الإسكندرية ممثلة للمجتمع المصرى خلال النصف الثانى من سنة ١٩٩٨. حرص الباحث خلالها على اختيار عينة عمدية من الذين يمتلكون جهاز الاستقبال التلفزيونى (الدش) ومثل مفردات عينة الدراسة ٥٤ ٪ من الذكور و ٤٦ ٪ من الإناث. وتراوحت مستوياتهم العمرية بين ٢٠ – ٢٥ سنة بنسبة ٣٠ ٪ ومن ٢٥ – ٣٠ سنة بنسبة ٢٦ ٪ و ٤٥ سنة فأكثر بنسبة ٢٠ ٪. أما عن المستوى التعليمى فقد تركز معظم أفراد العينة في فئة الجامعيين، إذ بلغت نسبتهم ٤٨ ٪ وفوق الجامعى ٢٠٪. وأشارت عينة الدراسة إلى تمثيل غير المتزوجين بنسبة ٥٠ ٪، بينما حصل المتزوجون على ٤٨ ٪ والأرامل على ٢ ٪. وبالنسبة للدخل الشهرى جاءت دخول أكثر من نصف العينة بين ٣٠٠- ٢٥٠

جنيها مصريا، ثم قلت معدلات الدخول بعد ذلك إذ نجدها ٢٢ ٪ عند الذين يحصلون على ٢٥٠- ٢٠٠ جنيها.

وقد استخدم الباحث المنهج التاريخى في دراسته للبث التلفزيونى المباشر وتأثيره في الهوية الثقافية العربية من خلال عرض تطور الاهتمام بفكرة البث التلفزيونى المباشر وكذلك الهوية الثقافية العربية. وكذلك اعتمد على النقد والتحليل لبعض الوثائق والدراسات العربية والأجنبية في معالجة موضوع البحث. وقد استخدم الباحث المسح الاجتماعى بالعينة كطريقة في جمع البيانات واستمارة الاستبيان أداة لتنفيذ جمع البيانات.

وأخيرا تأتى هذه الدراسة في خمسة محاور أساسية، تشكل في مجموعها الإطار المنهجى لموضوع الدراسة بالإضافة إلى المقدمة والخاتمة. تتناول المقدمة أهمية موضوع الدراسة الإجراءات المنهجية المتبعة ثم ننتقل إلى مناقشة المحاور الأساسية، حيث يتناول المحور الأول أهمية التلفزيون كوسيلة ثقافية من خلال مناقشة العلاقة بين الثقافة وتكنولوجيا الإعلام ودور الإعلام في عملية التحول الثقافى. أما المحور الثاني؛ فيركز على دور البث التلفزيونى المباشر في عولمة المجتمع إعلاميا وثقافيا، ويأتى ذلك من خلال تحليل مفهوم العولمة وتحديد مفهوم العولمة الإعلامية وموقف التيارات الفكرية السائدة في العالم العربى من هذه القضية. ونتناول أيضاً مفهوم العولمة الثقافية من خلال توضيح تباين وجهات النظر بشأن هذه القضية الهامة، إذ توجد آراء مؤيدة وأخرى معارضة. ونتناول أيضاً بالشرح والتحليل قضية البث التلفزيونى المباشر والهوية الثقافية العربية من خلال مناقشة خصائص الهوية الثقافية العربية وآليات اختراقها، ونركز على تأثير البث التلفزيونى المباشر من خلال عرض تحليلات ونتائج بعض الدراسات العربية والأجنبية.

ويهتم المحور الرابع بدراسة المجتمع المصرى كنموذج لتأثير البث التلفزيونى المباشر في الهوية الثقافية العربية. ويأتى ذلك من خلال عرض نتائج الدراسة الميدانية. وتناولت نتائج الدراسة خمس قضايا رئيسية هى أنماط متابعة الجمهور للقنوات الفضائية وعاداتها. وأنماط التأثير التي يتركها البث التلفزيونى المباشر، ثم اتجاهات الجماهير نحو عملية البث المباشر. وتتناول القضية الرابعة علاقة الظروف الاجتماعية بالهوية الثقافية. وأخيرا دور الدولة في حماية الهوية الثقافية.

ويتناول المحور الخامس والأخير الجهود المبذولة للحفاظ على الهوية الثقافية العربية، إذ حاولت بعض الدول إقامة استراتيجيات إعلامية تؤكد هويتها الثقافية. وفى النهاية نختم الدراسة بمناقشة مجموعة من النتائج النظرية والتطبيقية التي خلصت إليها الدراسة ثم نزيلها بهوامش المراجع والمصادر.

أولاً- التلفزيون وسيلة ثقافية:

يدور نقاش كثير حول الدور المتميز للتكنولوجيا في فهم أنفسنا، فضلا عن فهم تاريخنا المشترك، فالتكنولوجيا بصفة عامة ثقافية منذ البداية، فهى تعبير عن وجهات النظر والطموحات. وفى كتاب «جميس كاري» James Caery «الاتصال كثقافة» أوضح كارى التحليلات الثقافية للتلفزيون مع تحليل العناصر البنائية والسياسية والصناعية في تكوين الوسيلة، ووصف التلفزيون باعتباره وسيلة تنهض على مقومات مختلفة ومتنوعة منها الاستراتيجيات والجماهير وأساليب الأداء. وتوضح تحليلاته إمكانية وجود فروع لدراسات التلفزيون تتضمن تحليلات النصوص المقدمة ودراسات عن الإنتاج وأبحاث التأثير وأخرى متعلقة بموضوعات تقنية. ويأتى ذلك ضمن دراسة سياسة التداخل الثقافى.(١٣)

وقدم «ايريك ميكلس Eric Michales» مناقشة مطولة عن العلاقة بين الثقافة وتكنولوجيات الإعلام من جانب وبين الثقافة والإبداع النصى من خلال عمل هذه التكنولوجيات من جانب آخر. فهو يفهم هذه التكنولوجيات على أنها أشكالاً ثقافية متلازمة. وهكذا فإن التكنولوجيا الفيزيائية نفسها يمكن أن نعتبرها أشكال ثقافية مختلفة. وفى مقارنة بين الثقافات الشفهية والإلكترونية ذكر «ميكلس» أن التلفزيون كوسيلة ثقافية يتميز بأن معلوماته تصل إلى كل المشاهدين في المجتمع، بالإضافة إلى أن معلوماته تنتشر جغرافيا عبر الأقمار الصناعية بسرعة، وأخيرا يخلق التلفزيون سلطة غير شخصية ومعرفة أصلية.(١٤)

وكان من نتائج الثورة في مجال تكنولوجيا الإعلام أن روجت لمفهوم القرية العالمية وسنحت الفرصة لأن نرى برامج عن جميع أنحاء العالم يمكن أن تساعد في فهمنا للعالم الذي نعيش فيه. ويستطيع التلفزيون العالمى أن يلعب دورا هاما في تنمية الثقافات واحترامها ونقلها إلى المجتمعات الأخرى وتستطيع القنوات العالمية المتعددة تقديم اختيارات متعددة ومتنوعة، وتقديم خدمات خاصة مثل قنوات الأطفال والرياضة والمنوعات والأخبار وغيرها من القنوات المتخصصة.(١٥)

والواقع أن تأثير التلفزيون ليس مرتبطا بما يعرض على محطاته المتنوعة فقط، بل وبما يتاح له إذاعته من إنتاج وسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى. وكل برامج التلفزيون يمكن أن يكون لها أثر في التكوين الثقافى للفرد والمجموع سواء كانت برامج للأطفال أو العائلة أو كانت برامج سينمائية أو حلقات مسلسلة أو أخباراً أو برامج متصلة بالأحداث الجارية، وسواء كانت تمثيليات أو برامج تنشر مجرد التسلية. بل إن مثل هذه البرامج خليقة بأن تترك أثرها الثقافى في الفرد والمجتمع بطريق غير مباشر بأكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة في مجالات الأدب أو الفن أو العلم.(١٦)

وقد أصبح التلفزيون متخطيا الحواجز الجغرافية، حيث أصبحت المحطة التلفزيونية الفضائية بكامل إرسالها في متناول المشاهد العادى بعد أن كان الأمر مقصوراً على نوعيات من الإنتاج تشتريها المحطات المحلية أو تهدى إليها أو تتبادلها. ومن ثم بدأت تأخذ ظاهرة البث التلفزيونى المباشر مكانة هامة بين الباحثين والمتخصصين. إذ يرى بعضهم أن تأثيره على المشاهد العربى قد يكون إيجابيا وسلبيا. فمن الأثار الإيجابية أنه يجدد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإبداع والأداء الرفيع والإيقاع السريع مع تشجيع التبادل الحضارى ونشر التسامح الثقافى بين الأمم والشعوب. وكذلك يساهم في تطوير وسائل الاتصال المحلية وبخاصة التلفزيون، إذ تفرض عليها المنافسة مع القنوات العالمية ضرورة تحديث أساليبها. ومن إيجابيات البث المباشر أيضاً اختفاء فكرة السيادة الإعلامية التي كانت تتمسك بها الدول، الأمر الذي سوف يثير قلق الحكومات الاستبدادية والنظم العنصرية.

أما الجوانب السلبية فتتمثل في تشكيل العقول والتلاعب باتجاهات الرأى العام وتوجيه رغبات الناس بما يوافق مع سياسات أصحاب هذه المحطات ومصالحها في الدول الصناعية الغربية وفى مقدمتها الولايات المتحدة. أيضاً يستطيع البث المباشر إشاعة الميول الاستهلاكية النهمة والرغبة في التقليد والمباهاة، وأخيرا حقن الوجدان القومى بقيم ومعايير وسلوكيات قد لا تتفق مع الثقافة التقليدية، الأمر الذي يهدد النسيج الاجتماعى.(١٧)

ويمكن القول إن التلفزيون- خاصة بعد انتشار ظاهرة البث المباشر وتزايد المحطات الفضائية - أصبح يشكل محورا مركزيا في حياتنا اليومية، وجزءا من

ثقافتنا، ويعد أيضاً وسيلة تساهم في تكامل المجتمع ثقافيا. وقد وصف «سيلفر ستون» Silver stone التلفزيون بأنه وسيلة ساحرة معقدة مليئة بالتناقض، كما أنه وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين. وقد أكدت الكثير من النظريات منها نظرية تحليل الثقافة على دور الإعلام عامة والتلفزيون خاصة في تشكيل الواقع الاجتماعي وتغييره. وقد اشتركت المنظورات التحليلية للثقافة مع المنظورات النقدية في تطوير أساليب جديدة لكشف تأثير الإعلام في الثقافة وتنمية هذه الأساليب. وعملا على تطوير بناء نظرى متكامل. وأكدا على أهمية الإعلام في تشكيل وجهات نظر الناس عن أنفسهم وبيئاتهم الاجتماعية. وعلاوة على ما سبق أصبح ينظر إلى التلفزيون بأنه أكثر الوسائل التي تساعد في عولمة العالم إعلاميا وثقافيا. وتحاول الولايات المتحدة الأمريكية استغلاله في نشر ثقافتها وتعميمها مقابل طمس الثقافات الوطنية الأخرى(١٨).

ثانياً- البث التلفزيونى المباشر وعولمة المجتمع:

يتضح من الملابسات المحيطة بتطور التوابع الصناعية للاتصال أن هناك منابع سياسية واجتماعية للتكنولوجيا. وعلى الرغم من أن التكنولوجيا قد امتدحت لقدرتها على إحداث إثراء ثقافى مع إتاحة الفرصة لإمكانية التوصل على الفور إلى مستودعات المعلومات، يبدو من الضرورى أن نتذكر أن الأموال التي أنفقت على البحوث الإنمائية والتى أفضت إلى تصور وإنتاج لمراكز الإرسال والهوائيات المحلقة عاليا وفرها اتحاد عسكرى تجارى أمريكى مبتغيا تحقيق أهداف عظيمة. ولم يكن هذا السعى عشوائيا يبغى إيجاد وسائل اتصال جيدة. فقد كان تطور التوابع الصناعية منذ بدايته معبرا عن الجهود الموفقة التي بذلتها شركات الاتصال الخاصة في الولايات المتحدة لإزاحة البريطانيين عن هيمنتهم على الاتصال الدولى التي حققتها لهم سيطرتهم على الكابلات البحرية عبر القارات. وفى أوائل السبعينات تكون اتحاد دولى سمى «انتلسات» Intelesat في الولايات المتحدة يضم الدول التي تمتلك توابع صناعية، وسيطرت على هذا النظام منذ البداية الشركات التجارية الأمريكية الكبرى مثل RCA و COMSAT والتى تعمل في تعاون وثيق مع وزارة الخارجية الأمريكية.(١٩)

والواقع أن سعى الولايات المتحدة الحثيث إلى السيطرة على مراكز الإرسال والهوائيات في العالم كان الهدف منه عولمة العالم ثقافيا. وقد أعلن المحلل

الأمريكى «ديفيد روثكوف» David Rothkoph «صراحة النوايا الأمريكية من حيث ضرورة تولى مسئولية نشر الثقافة الديموقراطية الليبرالية الغربية وإزاحة الثقافات المحلية. وفى أطروحته في مديح الإمبريالية الثقافية سنة ١٩٩٧ يقول[٢٠]:

١- إن أهم خطوة للعولمة هى إزالة كل الحواجز الثقافية، وإن على الولايات المتحدة أن تهيمن على موجات الأثير وأن تحقق النصر في معركة تدفق المعلومات حتى يمكن أن تكون لها السيطرة والهيمنة في الوقت الحاضر والمستقبل.

٢- إن كل الثقافات القومية بما تنطوى عليه من معتقدات ونظم سياسية واجتماعية وقانونية وأعراف وقيم وتقاليد وعادات، لابد من تغييرها وفقا لما تمليه الحاجات المتغيرة باستمرار.

٣- إن أفول التمايزات الثقافية والقضاء على الثقافات القومية يعد مقياسا لتقدم الحضارة الإنسانية وعلامة ملموسة على تعزيز التواصل والتفاهم بين الشعوب.

٤- إن المجتمعات ليست في حاجة إلى أصولها التاريخية وتراثها الثقافى، ففى الديموقراطية الليبرالية والتكنولوجيا الحديثة ما يستجيب لحاجتها المتزايدة باستمرار.

٥- إن على جميع الدول أن تتوحد ثقافيا أو على الأقل تتشابه وأن تلغى كل مؤسساتها التقليدية وعليها أن تتقارب وتتعارف على أسس من الديموقراطية الليبرالية والسوق العالمية.

٦- وفى النهاية يدعو إلى أن تكون اللغة الإنجليزية هى لغة الثقافة العالمية الجديدة ولغة التخاطب على الكوكب الأرضى.

وفى ظل هذا التوجه الأمريكى بشأن استغلال تكنولوجيا الإعلام المتقدمة في فرض توجه ثقافى معين على بقية شعوب العالم، تباينت الأراء بشأن ما يسمى «بالعولمة الثقافية» إذ انبرى بعض الباحثين للدفاع عنها، بينما دافع آخرون عن ضرورة وجود هوية ثقافية تميز كل مجتمع عن الآخر. ولكى نفهم محتوى هذه التوجهات يجب أن نجيب على أسئلة هامة هى ما الفرق بين العولمة والعالمية ؟ وما المقصود بالعولمة الإعلامية ؟ وكيف تستطيع العولمة الإعلامية التأثير في عولمة الثقافة. بداية لا يمكن مقارنة ظاهرة العولمة بعالمية الأديان السماوية. وذلك لأن

العالمية ترتبط بالأرض والإنسان، أما العولمة فترتبط بالكون وأنظمة الإنسان المتنوعة سواء ما كان منها في الأرض وما كان في الفضاء. والعالمية طموح للارتفاع بالخصوصيات إلى مستوى عالمى. أما العولمة فهى إرادة الهيمنة على العالم، ومن ثم قمع الخصوصيات وإقصاؤها. وفى المجال الثقافى تنشر العالمية مشروعا ثقافيا فيه طموح ورغبة في التبادل. أما العولمة ففيها طموح لاختراق ثقافة الأخرين وسلبهم خصوصياتهم، والعالمية تهدف إلى الحفاظ على الهوية الثقافية، أما العولمة فتهدف إلى تمييعها وفى العالمية الثقافية اتجاهان إرسال واستقبال. أما العولمة فتتنافى مع التعددية الثقافية. وأخيرا العالمية حركة من الداخل إلى الخارج، على العكس من العولمة التي تأتى من الخارج إلى الداخل.(٢١)

والعولمة بالممارسة تعنى تآكل كل الحدود بين البلدان والجنسيات أو الثقافات، وتصبح الثقافة منفصلة عن المناطق الجغرافية المحدودة، وفى مخططات عولمة الثقافة يبدو أن أغلب سكان العالم سوف يشتركون في مظاهر ثقافية هامة. وتتوحد اتجاهاتهم إلى حد كبير. وبينما قاومت الجماعات الحيوانية التغييرات البسيطة عبر الزمن، لكن تعمل قوى الإنسان ضد تماسك الجماعات الاجتماعية والأمم، وسوف تتغير أشكال التجارة التقليدية والاتصال بين المجتمعات، وتحل محلها أنماط قومية للسلوك أو الثقافة من خلال نماذج عالمية. وتعنى العولمة نمو التكامل في الأسواق الدولية للبضائع والخدمات، وتذهب أبعد من ذلك لتشمل التحولات في الاقتصاد والصناعة والمال. ونتيجة للانتشار الواسع لعولمة الاتصال وتسهيلات السفر، تزايد بسرعة تدفق الهجرات في العالم الأفقر إلى العالم المتقدم ليروا التناقض بين حياتهم وحياة الشعوب التي ذهبوا إليها.(٢٢)

ويستدل بما سبق أن عولمة الاتصال مرحلة تمهيدية لعولمة الثقافة. إذ لا يمكن فرض ثقافة معينة دون الأدوات الأساسية التي تساهم في نشر هذه الثقافة. ولذلك فأحرى بنا أن نعرض بداية الأليات المستخدمة في عولمة الإعلام. إذ توجد دلائل تؤكد أن التحولات الاجتماعية والثقافية تأخذ فترات طويلة وتتم على مراحل متعددة. وهكذا بالنسبة للعولمة، فالتغيير فيها يتم على مراحل، مما يحدث نوعاً من التداخل الواضح بين الظروف الاقتصادية والسياسية والثقافية. وإذا أردنا أن ننظر في مراحل هذه العملية وجدنا أن الإعلام يدخل في كل مرحلة من مراحلها، فهو المبشر لها والمروج لأفكارها وهو الذي يقوم بنزع الأفكار السابقة وزرع الأفكار الجديدة.

- **العولمة الإعلامية Media Globalization:**

المتتبع لتحديد مفهوم عولمة الإعلام يجد أن المناقشات في هذا الصدد انحصرت بين تيارين أساسيين الأول يؤيد بحماسه ودون تحفظ عولمة الإعلام، ويبرز إيجابياتها باعتبارها تدعم مبدأ التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال، وتوفر للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات. وفى إطار هذا الاتجاه تباينت المداخل والرؤى ؛ فهناك أصحاب المدخل التكنولوجى الذين يصرون على أن التقدم التكنولوجى السريع والمستمر في مجال الإعلام والاتصال يحدث نقلات ثورية في بعدى المكان والزمان وما يرتبط بهما من خبرات اجتماعية. وهناك أصحاب مدخل ما بعد الحداثة، ويعد أشهرهم «انطونى جيدنز» الذي يعتبر عولمة الإعلام باعتبارها الامتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافى. وأكد «جيدنز» أن وسائل الاتصال التكنولوجية جعلت من الممكن فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية والتقليل من مشاعر الانتساب أو الانتماء إلى مكان محدد. وأخيرا ينظر أصحاب الليبرالية الجديدة إلى عولمة الإعلام باعتبارها مزيدا من التركيز في ملكية وسائل الإعلام والتكامل الرأسى والتكنولوجيا الجديدة وتخفيف القيود.(٢٣)

أما التيار الثانى فيعارض بشدة عولمة الإعلام ويرفض ما يقال عن إيجابياتها. وينظر إليها باعتبارها نفيا للتعدد الثقافى واعلاءً لقيم الربح والخسارة وآليات السوق في مجالات الإعلام والاتصال والمعلومات، علاوة على الاعتداء على حرية وسائل الإعلام والحق في الاتصال وتقويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية المتعددة الجنسيات، ويمثل هذا الاتجاه «هربرت شيللر» صاحب الإسهامات المتميزة في الامبريالية الثقافية. ويرى في عولمة الإعلام أسلوباً يدفع إلى التوسع العالمى لثقافة الاستهلاك عبر إدخال قيم أجنبية تطمس أو تزيل الهويات القومية أو الوطنية. وفى الإطار نفسه يرى «تشو مسكي» أن عولمة الإعلام هى الزيادة الضخمة في الإعلان، ولاسيما عن السلع الأجنبية وتكريس ملكية وسائل الإعلام الدولية، ومن ثم انخفاض التنوع والمعلومات مقابل الزيادة في التوجه للمعلن.(٢٤)

ويبدو أن أصحاب التيار المؤيد لعولمة الإعلام في ازدياد، إذ شهدت أوربا خلال الثمانينيات دراما مثيرة حول إعادة بناء الرؤية الإعلامية، خاصة بعد ظهور التلفزيون التجارى والتسويق التجارى العالمى. وقد جلب ذلك انخفاضاً نسبيا

لأهمية الإذاعة العامة. وقد ركزت أدبيات متعددة على مفهوم «التكتلات العالمية Global Conglomerates حيث سيطر هذا المفهوم على وسائل الإعلام، وأصبح المتحكمون الرئيسيون في العالم على نطاق واسع من أصحاب الشركات الخاصة. وأخذ التركيز في وسائل الإعلام على الملكية، وارتبط ذلك بالطبع بالقوى الاقتصادية وقد آثر المالك الفرد على الحقيقة الاجتماعية المنقولة عبر وسائل الإعلام الخاصة، ولكن هذا ليس معناه أن المشاهد مستسلم سلبى. وقد أصبح المضمون الإعلامى يقدم نفسه باعتباره شكلا عالميا من الترفيه مثل الإعلانات والمباريات الرياضية والأفلام، حيث تنتج على مستوى العالم وتعكس نوعا واحدا من المجتمعات، وما يتم إنتاجه في بلد واحد يصدر بقوة عبر شبكة معقدة من التوزيع والتعاون والاتفاق مثل مسلسلات «دالاس».[٢٥]

وكما حدث بالنسبة للإذاعة والتلفزيون توجد دلائل تشير إلى أن العولمة في مجال السينما أخذت خطوات كبيرة، فقد ارتفعت حصة الولايات المتحدة من الأفلام المنتجة التي شوهدت في دور سينما الاتحاد الأوربى ووصلت النسبة إلى ٧٦ ٪ سنة ١٩٩٥ بعد أن كانت ٥٦ ٪ سنة ١٩٨٥. ويؤكد «فرانك وبستير» F Webster بأن سنة ١٩٩١ جاء فيلما «الرقص مع الذئاب» و «صمت الحملان» ليحتلا المرتبة الأولى في ألمانيا وبريطانيا وإيطاليا وفرنسا وأسبانيا وأستراليا والولايات المتحدة. ويوجد تعاون واتفاق على التوزيع وملكية استديوهات التلفزيون ودور السينما ومحطات التلفزيون وتوزيع الفيديو والوسيلة الطباعية والراديو والخدمات المتعددة الوسائط.[٢٦]

نخلص مما سبق إلى القول بأن عولمة الإعلام أصبحت من القضايا التي يدور بسببها جدل كبير بين الباحثين والمهتمين بقضايا الإعلام والسياسة والثقافة. وقد وجدنا مؤيدين وآخرين معارضين لها. ويرى المؤيدون فيها تدعيماً للتدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال، بينما ينظر إليها المعارضون باعتبارها نفيا للتعدد الثقافى واعتداء على حرية وسائل الإعلام وتقويضاً لسلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات. وبغض النظر عن الاتجاهات المؤيدة والمعارضة لعولمة الإعلام، هناك حقيقة مؤكدة هى أن الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات سوف تشكل عاملاً أساسيا في نشر العولمة، بالإضافة إلى تنامى دور الشركات المتعددة الجنسيات في مجال الاقتصاد والإعلام وتراجع دور الدولة في النظام الإعلامى الجديد وخصوصا في مجال البث الإذاعى والتلفزيونى.

أما عن موقف العالم العربى من قضية العولمة الإعلامية، فواضح أن هناك قصورا في ملاحقة العالم الخارجى ومواكبة هذه المستجدات العالمية، إذ يوجد ضعف في الهياكل التمويلية والفنية للقنوات الفضائية، الأمر الذي قد يؤدى إلى اختفاء عدد كبير من هذه القنوات أو اندماجها. بالإضافة إلى ضعف المؤسسات العربية أمام الشركات العالمية، علاوة على زيادة نسبة الاعتماد الخارجى من المواد الإعلامية وقصور الإنتاج المحلى في مجال الإذاعة أو التلفزيون أو السينما على السواء. ومن هنا يجب التأكيد على أن العالم العربى يجب أن يتحرك نحو عولمة إعلامية تتجه إلى اهتماماته الوطنية والحفاظ على خصوصية الثقافة وتنعكس إيجابا على مواطنيه.

٣ـ العولمة الثقافية Cultural globalization :

إذا كان هناك إجماع حول مفهوم العولمة الاقتصادية أو الإعلامية، فإن ذلك غير صحيح بالنسبة لمفهوم العولمة الثقافية. فالعالم ليس موحداً ثقافيا كما هو موحد تجاريا وماليا، كما أنه لا وجود لنظام ثقافى عالمى، كما يوجد نظام اقتصادى عالمى. لذلك تتخوف كثير من الشعوب من العولمة الثقافية. وبالرغم من هذا الموقف المتردد والتخوف الملحوظ الذي يغلب عليه في أغلب الأحيان الطابع العدائى للعولمة الثقافية كأيديولوجية جديدة، تظهر الثقافة ميلا واستعدادا واضحا للعولمة والتعولم. ويعود ذلك إلى أن الأفكار والقيم والمفاهيم تحمل في طياتها بذور العولمة، بمعنى الاستعداد للانتشار الحر من دون قيود، بل إن الديانات السماوية والأيديولوجيات الرئيسية تتوجه عادة إلى كل البشرية ولا تكترث لحدود الدول أو التجمعات القومية أو الإثنية. ولا شك أن الأديان والأيديولوجيات هى من أهم مظاهر العولمة الثقافية.(٢٧)

والعولمة الثقافية تتضمن بلوغ البشرية مرحلة الحرية الكاملة لانتقال الأفكار والمعلومات والبيانات والاتجاهات والقيم والأذواق على الصعيد العالمى. وقد فقدت الدول في ظل العولمة القدرة على التحكم في تدفق الأفكار والقيم فيما بين المجتمعات والأجيال. وفقدت الدول السيطرة على التعاون الحر للأخبار والمعلومات. والذى يتم عبر وسائل وتقنيات جديدة لم تبرز إلا في التسعينيات، ولقد أصبح ملايين البشر موحدين تلفزيونيا ومن خلال البريد الإلكترونى وشبكات الإنترنت. وفى ظل العولمة الثقافية يكتشف الإنسان بعده العالمى ويتعرف على هويته الإنسانية أكثر من أى وقت آخر. ولكن بروز الهوية العالمية في ظل العولمة لا يعنى تلقائيا تراجعاً أو نفياً للهوية الوطنية للفرد فستبقى الهوية الوطنية، لكن بجانبها ستنمو الهوية الإنسانية والمواطنة العالمية.(٢٨)

وتأكيداً لوجهة النظر السابقة بأن العولمة لا تهدد بالفناء أو التذويب، نشير إلى نموذج المهاجرين، فهؤلاء لم يعد كافيا أن نصنفهم مثل السابق تحت مصطلح الإنسان الهامشى، ولكنهم يوصفون إيجابيا بالمزدوجين. فأوربا التي كرثت فكرة الدولة الوطنية وروجت لفكرة الغرب والباقى، وجدت نفسها في حالات كثيرة مجتمعات متعددة الثقافات. وهناك آراء تنفى دور العولمة في تغيير الثقافات ومثل هذه النظرة تؤكد الرأى القائل إن شكل العالم في عملية العولمة هو أقرب إلى الشبكة منه إلى الهرم، ومن ثم نجد الجار النفسى الجار المكانى أو الجغرافى فقط. فالهويات الثقافية تصبح قابلة أكثر للتفاعل في زمن العولمة بسبب خصائصها النفسية. وكندا على سبيل المثال تؤكد عمليا احترام التنوع الثقافى، كما أن الولايات المتحدة التي كانت تقدم نفسها كمعهد أو بوتقة للثقافات تنازل أهلها عن هذا الوصف لمجتمعهم. وأصبحوا أكثر واقعية في وصفه وأكثر دقة باستخدامهم عبارة Salad Pool أى المجتمع المكون من مجموعات أو جماعات ذات انتماءات أو هويات مختلفة في اللون والثقافة والدين، ولكنها متعايشة وتشارك جميعها في اتخاذ القرارات، وكل منها يعيش حياته الخاصة من تقاليد وعادات وأزياء وطرق مأكل ومشرب واجتماع. فهناك مثلا عرب ويهود وفرس وهنود وطليان لكنهم جميعا في الحياة السياسية مواطنون متساوون في الحقوق(٢٩)

وفى مقابل التوجه الذي يؤكد أهمية العولمة الثقافية وضرورتها لشعوب العالم، نجد بعض المفكرين والمحللين الذين يروا أن هناك عشرات الأسباب التي تدفع إلى القول باستحالة قيام ثقافة واحدة محل الثقافات القومية لعدة أسباب أهمها أنه مهما تقاربت الشعوب في كل المجالات والميادين، يبقى الاختلاف دائما خاصة في الجانب الثقافى للحفاظ على تماسكها. وعلاوة على ذلك تعانى الثقافة التي يراد أن تكون ثقافة العالم ونعنى بها ثقافة الديموقراطية الليبرالية- خاصة في المجتمع الأمريكي- العديد من عناصر الضعف فيها، إذ تنطوى على قيم واخلاقيات مادية في جوهرها وأهدافها. وثقافات الشعوب ضاربة بجذورها في أعماق التاريخ، ولا يمكن إقتلاعها مهما كانت قوة آليات المسخ والتشويه لأنها متشعبة متشربة لثقافتها القومية.(٣٢)

وبعد أن تعرفنا التباين الفكرى بشأن قضية العولمة الثقافية، يدور سؤال هام هو ما موقف العالم العربى من هذه القضية الشائكة ؟. والواقع أن الإجابة على هذا السؤال تفرض علينا أن نرجع إلى الوراء، لنجد أن جذور علاقة العرب

بالعولمة مرت دائما بحالة من الصراع والاحتكاك والتفاعل المستمرين تاريخيا، وأخذت أشكالا متعددة تتراوح بين التبادل الثقافى والحروب الصليبية، وفضلا عن الاستعمار الغربى والهيمنة الرأسمالية الغربية. ومن هذا المفهوم يمكن فهم العولمة وتحليلها، ومن ثم التعامل معها. إذن العولمة ليست ظاهرة جديدة. وفى هذا الصدد توجد لدينا وجهات نظر بشأن موقف العرب من هذه القضية، يمثل الأولى الأمريكان العرب، ونستنتج الثانية من دراسة الفكر العربى الإسلامى.

أما الأولى فنجد أن الأمريكان العرب يحتلون موقعا فريدا في سباق العولمة، فهم يمشون في محور التغيرات السريعة التي تأخذ مكانا في عالم اليوم، وفى الوقت نفسه يرتبطون عاطفيا بدرجة كبيرة ببلدانهم الأصلية. وعلاوة على هذا ازداد الارتباط بمنتجات العولمة مثل تكنولوجيا الاتصالات المتقدمة، إذ عملت على نقل قوى العولمة إلى بقية دول العالم، وعملت أيضاً على تقوية الارتباط باللغة والثقافة والأعراف بين الأمريكان العرب ومواطنهم الأصلية. وهناك اعتقاد بأن الأمريكان العرب من خلال موقعهم الممتاز الذي يضعهم في مفترق طرق، قادرون على لعب دور بناء في الحوار الذي يدور الآن في العالم العربى عن العولمة ؛ فلديهم وجهة نظر متميزة يمكن أن تساهم فيما يتعلق بتأثيرات العولمة على العرب، وما أفضل الطرق للاستفادة منها وكذلك تجنب مظاهرها الأكثر ضرراً. وذلك بشكل آني وبسبب تأثيرهم داخل المجتمع الأمريكى المتعدد الثقافات، وهذا يجعلهم أيضاً في موقع ممتاز للاتصال بالغرب. والأمريكان العرب مع قليل من التنظيم يمكن أن يجلبوا بعضا من فوائد العولمة، فالفرص الآن متاحة، إذ يستطيعون التأثير في الرأى العام لصالح العرب في صراعهم مع إسرائيل. وأخيرا يلعب الأمريكان العرب دورا هاما في فهم العقلية الأمريكية ولذلك يمكن أن يستخدموا كقناة فعالة (مؤثرة) لحمل الرأى العام الأمريكى على التجاوب مع العالم العربى.(٣١)

أما وجهة النظر الثانية في موقف العرب من قضية العولمة قد نستخلصها من خلال إعادة قراءة الفكر الإسلامى باعتباره الموجه الرئيسى للشعوب العربية. فقد حاول الفكر الإسلامى الحديث إثبات قضيتين: شمولية الإسلام وإنسانيته المتفردة مقابل التأكيد على أزمة الحضارة الغربية بسبب الافراط في المادية والبعد عن الأخلاق والقيم. وفى ضوء ذلك يقدم المسلمون مشروعهم الحضارى الذي يعتبرونه صالحا لكل زمان ومكان. ويقدمون عالمية الإسلام التي يجب أن تتشابك مع عولمة الغرب حسب التصور الإسلامى.(٣٢)

وبعد عرض وجهات النظر المتباينة بشأن عولمة الثقافة، يمكن القول بأن هذه القضية ليست وليدة الساعة، بل هى قديمة منذ فجر التاريخ، إذ حاولت الثقافات القوية طمس الثقافات الضعيفة وقد انهارت بالفعل ثقافات عديدة، فنيت من على وجه التاريخ. وما يحدث اليوم تكرار لما حدث بالأمس، لكن بأدوات جديدة ومسميات مختلفة. وعولمة الثقافة لا تعنى مجرد صراع الحضارات أو ترابط الثقافات، بل هى مظهر من مظاهر نشر الثقافة الاستهلاكية على نطاق عالمى في كافة المجالات وعلى مستوى العديد من الفئات ؛ فقد انتشرت ثقافة الوجبات السريعة والمشروبات الغازية، والأغانى الشبابية الراقصة وملابس الماركات العالمية ومشاهدة الأفلام المثيرة، ودون شك تسعى هذه الثقافة إلى ربط العالم بقيم وعادات معينة تتجاوز الحدود الجغرافية والمعتقدات الراسخة. وفى ظل هذا التوجه، يجب على العرب إعادة قراءة الفكر الإسلامى وغرس القيم الإسلامية ونشر التعاليم الدينية، ونبذ كل ثقافة تدعو إلى المادية أو تشويه معتقداتنا. وتستطيع الأمة العربية من خلال إعداد منظومة ثقافية واحدة تشترك الأجهزة الرسمية والشعبية في تنفيذها، أن تتجاوز هذه المرحلة أو على الأقل تحد من مخاطرها.

ثالثاً- البث التلفزيونى المباشر والهوية الثقافية العربية:

يرجع الاهتمام بفكرة البث التلفزيونى المباشر إلى سنة ١٩٨٠ عندما أعلن في الولايات المتحدة عن سياسة السماء المفتوحة التي بمقتضاها يمكن لأى جهة تمتلك المال اللازم أن تطلق قمرها الخاص حيث يمكن بث برامج في الأخبار والرياضة والدين والاقتصاد والمال وغيرها، ويستطيع رجال الأعمال والبنوك عقد المؤتمرات عبر الأقمار بالبث المباشر على قناة خاصة، بحيث يمكن لكل شخص مشاهدة الأطراف الأخرى في الاجتماع وهو على بعد آلاف الكيلومترات، فضلا عن خدمات التلكس والفاكس وإرسال المستندات وغيرها. ويتم توجيه هذه المواد بنظام الحزم الإشعاعية المركزة «البيتم» إلى القمر الصناعى ثم ترتد مرة أخرى إلى الأرض في بقعة أخرى معينة، ويتم ذلك بوساطة أجهزة الكمبيوتر وعن طريق الأقمار الصناعية بالبث المباشر وبأسرع ٤٠٠ مرة من استخدام شبكات التلفونات الأرضية.(٨)

ونتيجة للتطور المستمر في تكنولوجيا البث المباشر بدأ تشغيل النظام الرقمى في الإذاعة والتلفزيون وكذلك الإنترنت، وذلك لتشكيل عالم جديد في الاتصال الجماهيرى. ويتأسس هذا الاتصال على الاندماج وتكامل المحتوى الإعلامى،

ويعتمد أيضاً على الاتصال عن بعد. ويتضمن التلفزيون الأرضى الرقمى -Dig-ital Terrestail Television وإذاعة الراديو الرقمية -Digital Radio Broad-casting بثاً مباشراً إلى المنزل عبر القمر الصناعى، إذ تعرض خيارات كثيرة أمام المستهلك، ويتميز هذا النظام بالقدرة على استدعاء المعلومات المساعدة وإحداث التفاعلية. وفى هذا النظام تتحسن خدمات الإنترنت بوساطة الخطوط السريعة الموجهة إلى المنازل، وأصبح الاندماج واقعا حتميا بين البث الإذاعى والتلفزيونى والإنترنت، ويتمثل ذلك في WebTV. وعلاوة على ذلك تتميز الأشكال الجديدة للتكنولوجيا الرقمية بمجموعة من المميزات أهمها:(٩)

١- اختيار أحسن البرامج التي تتضمن المقدرة على إدخال برامج من وإلى العالم.
٢- التفاعل الكبير بين الجمهور والوسيلة مع القدرة على التزويد الآنى والتغذية المرتدة في البرامج.
٣- وصول أحسن إلى المعلومات.
٤- القدرة على إدارة الأعمال متضمنة الصفقات البنكية والشراء المباشر من المنزل.
٥- فيديو تحت الطلب.
٦- تلفزيون ذاو مقدرة عالية High Definition TV .

وقد استقطبت مسألة الاستقبال التلفزيونى المباشر بواسطة الأطباق منذ التسعينيات اهتمام الجميع في العالم العربى من سياسيين ومفكرين وباحثين اجتماعيين ومختصين بمجال الإعلام والاتصال. كما أثارت هذه القضية جدلا واسعا في مختلف الأوساط. واتخذت السلطات في العديد من الأقطار العربية تجاهها مواقف متباينة. ولقد حرص الباحثون دائما على تجميع أكبر قدر من المعطيات الإحصائية المتعلقة بعدد الأطباق المتوفرة ونسبة تزايدها في النصف الأول من العقد الحالى، وكيفية توزيعها الجغرافى بين الريف والحضر، منطلق لتشخيص الوضع، إلا أن هناك مشكلة أزلية تواجه أى باحث في مجال الإعلام في الوطن العربى وهى عدم توفر بيانات إحصائية موثقة لاستخدامها كمادة خام في التحليلات.(١٠).

فى البلدان التي تعتمد الحرية المطلقة في مجال استخدام الأطباق مثل مصر والإمارات لا تتولى الحكومة حصر هذه الهوائيات. وفى البلاد التي تعتمد

نظام التراخيص المسبقة مع إدارات وزارية وبلدية مثل السودان وتونس يصعب الحصول على أرقام دقيقة لأن نسبا عالية جداً من المواطنين يفضلون التزود من السوق السوداء ويتهربون من التصريح بتجهيزاتهم لتفادى الضرائب التي تبدو لهم مشكلة. وفى البلاد التي تعتمد المنع المطلق، لا توجد مثل هذه البيانات. إن هذه الضبابية تقف عائقا أمام كل تحليل للوضع، ولا يقتصر الأمر على مسألة التجهيزات واستخداماتها، بل تتعداها لقضية تقديرات المتابعة والمشاهدة، إلا أن الدخول المرتقب لكثير من الدول العربية في إطار العولمة الاقتصادية وبروز العديد من المحطات الخاصة، إضافة إلى فتح أغلبية التلفزيونات العربية الباب للإعلان كمصدر للتمويل ستحتم عليها- لا محالة توفير حد أدنى من السهولة وسيولة المعلومات بهذا الشأن، وذلك تحت ضغط المعلنين ولا سيما الدوليين.(١١)

وفى محاولة لرصد تطور عملية البث التلفزيونى المباشر في العالم العربى نجد أن عملية استقبال البث المباشر عبر الأقمار الصناعية مرت منذ منتصف الثمانينات بفترات تردد امتدت إلى المنع أو مراقبة الاستيراد وتحديد الاستعمال الجماهيرى. وهذا ما أدى إلى محدودية استقبال ما كان يفد من البرامج الأجنبية وحصره في فضاءات الفنادق والسفارات والإدارات إضافة إلى بعض الأفراد. وترجع هذه المحدودية إلى عوامل قد يكون أهمها التخوف من سلبية تأثير المضامين في مواقف وسلوك المشاهدين. وتعتبر سنة ١٩٩٠ موقعا زمنيا ذا دلالة في تاريخ اتساع الحقل الاجتماعى للتعامل مع القنوات الفضائية بواسطة الهوائيات. ولقد فسر البعض تفجر هذا الاهتمام بالحدث السياسى الذي هز العالم إعلاميا حينما اندلعت حرب الخليج، والذى مثل دافعا أساسيا لاستقبال ما كان يفد من الصور عبر الأقمار الصناعية.(١٢)

وخلاصة القول إن البث التلفزيونى المباشر نتيجة حتمية لتكنولوجيا الاتصال. وقد أصبح المواطن يتنقل بيسر بين المحطات التلفزيونية دون رقابة إلا من نفسه ومن ضميره الوطنى والوازع الدينى ووفق إمكانياته الثقافية واللغوية. والبث التلفزيونى المباشر لم يعد عملية ترفيهية، بل ضرورة قومية، لأنه يسهل تغطية البلاد الشاسعة والتى يصعب وصول الإرسال التلفزيونى إليها بسبب العوائق الطبيعية. وتتجه كثير من دول العالم إلى الاستفادة من هذه التكنولوجيا من خلال إنشاء المحطات الفضائية ونشر ثقافتها الوطنية ومقاومة الثقافات المضادة، بالإضافة إلى إمكانية الاستفادة منها في المجالات التعليمية والتربوية والاقتصادية، ويأتى ذلك من خلال القنوات المتخصصة.

وبالرغم من انتشار ظاهرة البث التلفزيونى المباشر في كثير من دول العالم والاستفادة منها على نطاق واسع، ما زال العالم العربى يخطو خطوات بطيئة نحو هذه الظاهرة، حتى أن عدد المحطات الفضائية الحكومية والخاصة لا يناسب مع مساحة الوطن العربى وكثافته السكانية وأهميته الجغرافية والحضارية، أضف إلى ذلك أن المضمون الإعلامى في هذه القنوات مازال بعيدا عن اهتمامات المواطن العربى.

تتعرض الثقافة العربية شأنها في ذلك شأن الثقافات الحضارية في العالم إلى عملية تهجين قوية جديدة قائمة على استخدام وسائل الإعلام الجماهيرى الأمريكى. ولم يحدث في التاريخ من قبل أن توفرت أدوات التكنولوجيا الضرورية لعملية الغزو وانحطاط الثقافة العربية وغيرها من ثقافات العالم بالشكل الذي هى عليه الآن. وتتركز أدوات التكنولوجيا العالمية المتطورة في أيدى عدد صغير من الشركات الأمريكية بشكل رئيسى. وقد أصبحت هذه الشركات تشكل مراكز أو تكتلات متخصصة في المجال الإعلامى والثقافى. ولقد قامت هذه الشركات الأمريكية المتعددة الجنسية بتدويل صناعة الثقافة الجماهيرية.(٣٣)

وتسعى الولايات المتحدة لتسليط الضوء على الثقافة الأمريكية باعتبارها نموذجا لثقافة عالمية يجب أن تنتشر عبر شبكات الاتصالات الدولية دون أية عوائق من أى مكان. وتشير هذه العمليات إلى منطق يفترض أن الثقافة القومية (الوطنية) – مثل الثقافة العربية، تشكل عقبة أيديولوجية أمام أى تغيير أساسى يسعى إليه النظام الرأسمالى العالمى. وفى هذه الحالة يبرز سؤال قديم، ولكنه الآن يفرض نفسه بقوة بسبب طبيعة التقدم التكنولوجى والعولمة وهو: كيف تستطيع الثقافة العربية الوقوف أمام الغزو الثقافى الغربى الذي أصبح منتشرا بازدياد في العالم المعاصر ؟ وكيف الحال اليوم ونحن في بداية القرن الحادى والعشرين الذي اختلفت فيه الأحوال عن القرن الماضى.

وفى الصفحات التالية نحاول الإجابة على هذه الأسئلة وغيرها من خلال مناقشة خصائص الهوية الثقافية العربية وآليات اختراقها، وأخيرا نتناول تأثير البث في الهوية الثقافية العربية، وذلك من خلال التحليلات الامبريقية والدراسات النقدية في هذا الصدد.

١- خصائص الهوية الثقافية العربية:

ركزت بعض الآراء في تعريفها لمفهوم «الثقافة» باعتبارها مجموعة قيم تنسب إلى جماعة معينة. وفى بعض التعريفات هى «مجموعة من الخصائص تميز مجموعة معينة أو جماعة فرعية تتمثل في القيم والمعتقدات والافتراضات الأساسية بالإضافة إلى أى سلوك يظهر منهم». وتوصف الثقافة أحياناً بأنها نظام مكون من ثلاث طبقات هى في الواقع مثل «البصلة» يجب أن نزيل القشرة الأولى لكى نرى الطبقة التالية، ويمكن تفسير الطبقات الثلاث للثقافة بأن الطبقة الخارجية مصنوعات يدوية ومنتجات، وهى أكثر وضوحاً من الطبقات التي تضم اللغة والطعام والهندسة المعمارية، أما الطبقة الداخلية الثانية فتضم المعايير والقيم، ويقصد بالمعايير الإحساس المشترك المتبادل بين ما هو صحيح وخاطئ، بينما تمثل القيم تحديد ما هو جيد وما هو سيئ، وأخيرا تأتى الطبقة الأعمق وهى فرضيات أساسية تمثل فرضيات صميم الحياة اليومية وكيفية معالجة مشاكلها[١]

ولما كانت الثقافة تمثل الأشياء الموروثة والمكتسبة جاءت الهوية الثقافية لتمثل نموذجاً ثقافياً مكتسباً وموروثاً نابعاً من الثوابت والمتغيرات التاريخية والطبيعية والبشرية والثقافية التي تتميز بالثبات النسبى، ولكن في الوقت نفسه تتميز بالتغير والتطور عبر العصور والقرون، وإن كان تغييرا تدريجيا وعلى جرعات ضئيلة وليس بالتغييرات الجذرية الحادة[٢].

وإذا حاولنا تحديد هويتنا الثقافية يجب أن نحدد من نحن وكيف ننظر للناس. فالهوية بناء كبير تعرف في ضوء وجود الفرد مع عدد من الجماعات الاجتماعية الهامة التي تشمل الأسرة والجنس ومكان الإقامة والوضع الاقتصادى والعرق. وبالرغم من أن هذه الجماعات الاجتماعية لا تستطيع بناء هوية متكاملة لشخص، لكنها تأخذ في الاعتبار تقديم العناصر الأساسية للهوية الثقافية[٣].

ويمكن أن توصف الهوية الثقافية بأنها النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية، والعامل الذي يحدد السلوك ونوع القرارات والأفعال الأصلية للفرد والجماعة، والعنصر المحرك الذي يسمح للأمة بمتابعة التطور والإبداع مع الاحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة وميزاتها الجماعية التي تحددت بفعل التاريخ الطويل واللغة القومية والسيكولوجيا المشتركة وطموحات الغد. فالهوية الثقافية في واقع الأمر جزء عضوى من فكرة الثقافة لأنها مهما اختلفت أنواعها، فإن التعبير عنها

يظل ذاتيا بصورة من الصور. والثقافة دائما عالمية من حيث الوظيفة لأنها تتوجه إلى كل إنسان، فهى تنطوى إذن على ظاهرتين متناقضتين هما خصوصية قومية من حيث الإنتاج وعمومية إنسانية من حيث الوظيفة. ولذلك فالعنصر الهام في الإنتاج الثقافى هو خصوصيته وأصالته أى هويته الثقافية التي تميزه.(٤)

ويشير مفهوم الهوية الثقافية أيضاً إلى ظاهرتين متكاملتين هما احساس داخلى بالجمعية أو التوحد مع ثقافة معينة أو ثقافة فرعية، واحساس خارجى يندرج ضمن ثقافة معينة كى تشارك احساس ما هو مشترك مع الثقافات الأخرى وما يميزه عنها. فالثقافة يجب أن تهدف إلى التعرف على سلوك جماعة من الناس يترابطون ويتفاعلون.(٥)

وبالرغم من الاسهامات العديدة في تحديد مصطلح الهوية الثقافية يصعب في الواقع رسم حدود الهوية أو الخصوصية الثقافية. لذلك يرى الكثيرون أن الهوية مفهوم أيديولوجى أكثر منه علمى، خاصة أن الهوية يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال سمات كثيرة ومختلفة ؛ فقد يعبر عنها من خلال الدين أو اللغة أو الدولة الوطنية أو القومية، وكل هذه الخصائص متغيرة حسب طريقة استخدامها وتوظيفها. ولذلك يمكن لمجتمع أن يبدل هويته حسب المراحل التاريخية والظروف الراهنة.(٦)

ويعتقد بايارا «أن الهوية في أقصى أحوالها لا تخرج عن الإطار السياسى فهناك علاقة معقدة بين التصورات الثقافية والممارسات السياسية والأساليب الشعبية في التحرك السياسى، ويبرهن (بايارا) كلامه بالحروب التي شهدتها يوغسلافيا والقوقاز والجزائر فقد انعقدت تلك النزاعات حول مفهوم الهوية، وهى تستمد قوتها المهلكة من افتراض يزعم بأن الهوية الثقافية تقابلها بالضرورة هوية سياسية.(٧)

ونخلص مما سبق إلى القول بأن الهوية الثقافية هى طريقة حياة (أسلوب حياة) لمجتمع إنسانى، وتنتقل من جيل إلى آخر بواسطة التعلم (اللغة والوسائل الرمزية الأخرى) والخبرات. وهى متضمنة في الثقافات العالمية والتنظيمات الاجتماعية والدين والبناء الاقتصادى والثقافة المادية واللامادية، وتنتشر بين الجماعات بواسطة الاتصال المباشر أو غير المباشر وهو ما يطلق عليه بظاهرة الانتشار.

إذن الهوية الثقافية ليست نمطا جامدا، ولكنها تتميز بالتغير والتطور عبر العصور والأزمان، وإن كان تغيرا يتم بطريقة تدريجية. والهوية الثقافية أيضاً عملية منتجة باستمرار وليست ثابتة. وتتبلور داخل الأشكال التنظيمية والنظم

الاجتماعية والقواعد والقوانين وأنماط القيادة. وتستطيع المؤسسات التعليمية والتثقيفية والإعلامية التعبير عن الهوية الثقافية بأشكال متعددة. وتستطيع أيضاً المؤسسات السياسية والاقتصادية التعبير عنها في نماذج الديموقراطية والمشاركة السياسية، وكذلك في التعاملات الاقتصادية ونظم السوق وغيرها، وأخيرا الهوية الثقافية هى نمط حياة المجتمع يتمثل في العادات والتقاليد والتفكير والممارسات الأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية، بالإضافة إلى مظاهر الإبداع الأدبى والفنى والتكنولوجى.

أصبح الحديث عن الهوية الثقافة العربية أمراً ضروريا وذلك لما آلت الية أحوال الأمة العربية، وتشتتها وضياع معالم القوة الذاتية، مما جعلنا نتيه في عالم متفاوت الاتجاهات والرغبات،تتنازعه قوى السيطرة والايديولوجيات الاستعمارية، حيث تسعى كل جهة لطمس حضارات الشعوب وثقافاتها. وقد حاول الاستعمار فرض التجزئة على عالمنا العربى بقوة البطش، فتوزعت الدول التي حظيت بالسيادة الكبرى بعد الحرب العالمية الثانية عالمنا العربى. ونتيجة للنضال المرير الذي خاضته الشعوب العربية من اجل الحرية والاستقلال لجأت هذه الدول إلى وسيلة أشد إيلاما وأكثر فتكا، إذ سيطرت على منابع الفكر والثقافة العربية والإسلامية.(٣٤)

والحديث عن الهوية الثقافية العربية ليس وليد اليوم، بل بدأ الاهتمام بها بعد انهيار الامبراطوريات الكبرى مثل الامبراطورية الرومانية ونشوء الوحدات الأوربية، وكذلك انهيار الامبراطوريات العثمانية ونشوء دولة البلقان، وتشكيل الوحدات العربية ووضع الحدود الحضارية النهائية بين الشرق والغرب، وأخيرا تفكك الامبراطوريات الاستعمارية ونشوء الوحدات الأفريقية وغيرها من المستعمرات القديمة.(٣٥)

واذا حاولنا تحديد المعنى الحرفى لمفهوم الهوية العربية، نجد بداية ان مصطلح «عرب» يشير إلى اولئك الذين يتكلمون بوضوح العربية. واستخدم المصطلح المقابل له في الماضى «عجم» ليشير إلى الفرد الذين يفتقدون التمييز في أنماط حديثة. والتعريف القديم هو أن العرب هم الناس الساميون بشبه الجزيرة العربية في فترة ما قبل الإسلام. وما زال هذا التحديد يستخدم حتى الآن. وقد عرف هذا التعريف عند اليونانيين بل وانتشر في شبه الجزيرة العربية بالرغم من أنه ليس كل الناس هناك في ذلك الوقت كانوا يتكلمون العربية. وتطور التعريف مؤخرا بعد ظهور

الإسلام حيث جذبت الطبيعة القدسية للاسلام عدداً كبير من العرقيات من الجهات المجاورة ورغبوا في تعلم العربية باعتبارها لغة القرآن الكريم.(٣٦)

ويوجد ارتباط وثيق بين الهوية الثقافية العربية والهوية الثقافية الإسلامية. فالثقافة العربية واحدة من بضعة ثقافات قومية انتشرت بظهور المسيح وانتشار الإسلام. وعلى أية حال كانت الثقافة العربية هى المستودع الرئيسى للفكر الإسلامى، بل ما زالت حتى اليوم ؛ فالعرب هم أول من آمنوا بالإسلام وساهموا في نشر رسالته إلى العالم، فالإسلام رسالة عالمية تناشد الناس البعد عن العنصرية ورفض الظلم الاجتماعى. وكانت الشخصية الثقافية والعقلانية للعرب توافق مع هذه المبادئ الإسلامية. ولذلك كانت الرسالة الإسلامية مصدر جذب للناس فتسابقوا لليها وتعلموا العربية وقرأوا القرآن الكريم ودرسوه. وقد ازدهرت الدعوة الإسلامية في القرون الستة الاولى لانتشار الإسلام حيث طور المسلمون دراسات حول القرآن الكريم وعلم اللغة واستفادوا من شتى مجالات المعرفة الانسانية التي انجزتها الحضارات السابقة، واستطاعوا ترجمة ما وقع بين أيديهم في هذه المجالات إلى العربية، بل وابتكروا بعض الدراسات الهامة في العلوم النظرية والتطبيقية وجلوا التعليم وعلموا أولادهم المسلمون وغير المسلمين وازدهرت الجامعات ومختبرات البحث عبر الدول الإسلامية في اسيا وافريقيا و أوربا المسلمة.(٣٧)

وكان العرب باحثين جادين في مجالات المعرفة كافة، لكن ما الذي كان يحفزهم على ذلك؟ أنهم كانوا ذوى خلفيات اثنوجرافية متعددة، جاءوا معا تحت مبدأ عالمية الإسلام وعقلانيته وبحثوا في كل مجالات المعرفة الدينية وحسب، فكانوا أعضاء في الجماعة العلمية الإسلامية ولهم رؤية مشتركة نحو العالم. ويتمتعون بثقافة مشتركة. وهم جزء من ثقافة عامة. وعلاوة على ذلك كان العرب رياضيين وفلكيين وصيادلة واطباء وجغرافيين وفيزيائيين وفلاسفة ومؤرخين وشعراء وفقهاء. وعلى سبيل المثال فقد ولد بينهم ابن حيان والخوارزمى وابن رشد والكندى وابن الهيثم وابن يونس والمتنبى والبحرينى والبيرونى وسيبوية والفراهيدى، وآلاف آخرون سعوا إلى رؤية الإسلام بشكل صحيح من خلال تحرير العقل.(٣٨)

وتتميز ثقافتنا العربية بميزتان رئيسيتان هما العروبة والإسلام. ومن المهم ان نميز بوضوح ونفهم هذين البناءين التوأمين في خلفيتنا. ولسوء الحظ الكثير منا لديه أوهام وأفكار مغلوطة بشأنهما وما لم نصحح هذه الأوهام عن أنفسنا فلا يجب أن

نلوم الآخرين في إساءة فهمنا. ويثبت القرآن الكريم وأدبنا العربى التداخل الحميم لتقاليدنا الروحية والأدبية في تراثنا العربى والإسلامى. والأصوب أن ننظر بعمق كيف تتشابك الثقافة العربية والثقافة الإسلامية، لنجد من الصعب أن نفصل الاثنين تاريخيا أو عقلانيا. وقد نتج عن إساءة فهم التكامل الأساسى بين العروبة والإسلام باعتبارهما المحددين الأساسيين للهوية الثقافية – غياب الانسجام في فهم انفسنا، الأمر الذي أدى إلى اضعاف مقدرتنا على رسم الخبرات العربية الايجابية وفشلنا في تقديم الشكل الصحيح لحياتنا العربية.(٣٩)

واذا ما حاولنا تحديد هويتنا الثقافية تحديدا دقيقا، وجب التركيز على إبراز تراثنا والتحقق فيه. لننشل أعمال فنانينا ومهندسينا المعماريين وموسيقيينا وكتابنا وعلمائنا وانتشال الأعمال المادية وغير المادية المعبرة عن قدرات أجدادنا الابداعية مثل اللغات بما فيها من ترجمة وتفسير وآداب ومُثل والآثار التاريخية التي تركوها في مختلف المجالات. ويجب ان نقتنع بأن الذاتية الثقافية الواضحة والمتميزة هى المنطلق الأساسى للعطاء الثقافى والمشاركة الايجابية والتعاون البناء المستمر، علما بأن تحديد هذه الهوية سيسهل علينا عملية الممارسة الكاملة للسيادة على وطننا ويدفعنا لرفض العزلة والتسلط الاستعمارى ولتحقيق هذا الهدف هناك عدة اعتبارات أساسية يجب مراعاتها هى:(٤٠)

١- رعاية المفكرين والمبدعين وتأكيد مكانتهم في المجتمع تذليل ما يعوقهم من مصاعب.
٢- تعاون أجهزة الثقافة والتعليم والإعلام والتقنية في الدول العربية لدراسة هذه الهوية واخراجها إلى حيز الوجود.
٣- توفير الامن الثقافى الدائم من خلال ايجاد حالة من الاكتفاء الذاتى عن طريق ايجاد مراكز البحث ومصادر الدراسات ووسائل النشر وتوفير مصادر التمويل الخاصة بمشروعات التنمية الثقافية وتوضيح الهوية الثقافية.

وخلاصة القول ان الهوية الثقافية العربية تضرب بجذورها إلى آلاف السنين، وقد ظلت متنامية عبر الزمان والمكان بالرغم من تعاقب المستعمرين والدخلاء على أراضينا، وتميزت عن بقية الثقافات بالشمول، حيث ظهرت فيها العلوم الطبيعية والعلوم الإنسانية، وازدهرت فيها فنون الآداب وأظهرت بعدا عالميا هاما هى أنها ثقافة عالمية وموجهة إلى جميع البشر لأنها تستمد أصولها من الدين الإسلامى،

علاوة على ذلك لم تبق الثقافة العربية جامدة، بل تطورت واستطاعت مواكبة جميع العصور، وظلت راسخة يتناقلها الأجيال ويتربص بها الأعداء. ولذلك تعرضت لمحاولات اختراق عديدة، وأصبحت الدول الغربية وفي مقدمتها الولايات المتحدة مشغولة بمحاربتها والنيل منها.

٢ـ آليات اختراق الهوية الثقافية العربية:

جسدت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة او الموجة الثالثة الجديدة –على حد تعبير الفين توفلر– احتياجات الانسان المعاصر، الذي يرتبط بنظام اقتصادى واجتماعى وثقافي جديد. ومعنى هذا ان النظام الإعلامي العالمي الجديد ينتج حسب الطلب، منوعا صور منتجاته ومرسلا عروضاً وأفكاراً ورموزا مختلفة لشرائح سكانية معينة ولفئات عمرية ومهنية ولمجموعات عرقية أو اجتماعية مستهدفة. ويعد هذا التنوع الجديد والمتطور للإعلام تكنيكا ومضمونا ؛ أمراً ضروريا.(٤١)

والهوية الثقافية العربية شأنها شان بقية الهويات الثقافية في كثير من دول العالم الثالث، لم تسلم من مخاطر هذه التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة. ولقد أصبح التوجه الجديد في المجال السياسى والتكنولوجى للعالم الثالث مجهزا للولايات المتحدة لتستفيد من أدواته الهائلة. واستطاعت أن تسلط الاضواء على نماذجها وأيديولوجياتها الثقافية والاقتصادية ومؤسساتها الاجتماعية والسياسية، وتستغله أيضاً في التجارة الدولية وشبكات الاتصال. وأصبحت ثقافة الشعب الأمريكى مع ليبراليته واتجاهاته هى المسيطرة من خلال الفيلم السينمائى والمواد التلفزيونية والاتصالات الالكترونية.(٤٢)

وفى كتابه الإعلام والامريكان (The Media are American) قدم (جيرمى تانستول jeremey Tunstall) سنة ١٩٧٧م وصفا مقنعا للطريقة التي يتبعها متعهدو تصدير الإعلام الأمريكى، فقد طوروا استراتيجياتهم لخلق جاذبية عامة له. وأوضح أيضاً «تانستول» كيف نجحت هذه الاستراتيجية دوليا في مواجهة المنافسات العالمية من قبل فرنسا وبريطانيا مثلاً. لقد عرف متعهدو تصدير الثقافة الامريكية قوة تكنولوجيا الاتصال الجديدة منذ أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، ولكن لم يكن هناك فكرة واضحة لكيفية استخدامها او الاستفادة منها، ونظر معظم رجال الصناعة الكبار إلى الإعلام على انه لا يزيد عن كونه مشروعا بسيطا يمكن النظر فيه كثيرا. وكان قليل منهم الذين أرادوا استثمار

نقودهم فيه لخلق صناعات قادرة على البقاء. ودارت أسئلة مثل: كيف يمكن للرسائل المذاعة على الهواء من خلال صور متحركة بيضاء وسوداء على شاشة أن يستفاد منها ؟ وكيف يمكن كسب ربحها ؟ وهل سيدفع الناس بالفعل مقابل رؤيتهم وسمعهم لهذه الأشياء ؟ وكيف يمكن تنظيم الصناعات التي تقوم بتصنيع المنتجات الثقافية وتسويقها ؟. لقد فشلت معظم المحاولات الأولى للإجابة على هذه الاسئلة، ولكن بالجهد والتجربة نمت استراتيجيات جديدة.(٤٣)

وتعتبر الهيمنة الإعلامية التي تمارسها الولايات المتحدة احد مظاهر آليات اختراق الثقافات الوطنية ومن بينها الثقافة العربية. وتنفق الولايات المتحدة سنويا على أساليب الدعاية من اجل ترويج ثقافتها حوالى ٢٥٠ مليار دولار. وانشأت محطة البث التليفزيونى MTV للقيام بهذه المهمة على مستوى العالم. كما انها تبث الصور المنحرفة والموسيقى والفنون التي تدغدغ الأحلام وتقدم الاعلانات التي تقوم على الخدع والحيل السينمائية مقابل الحصول على مبالغ طائلة، حيث إن الستين ثانية في اعلان تليفزيونى واحد عابر للقارات يتكلف في المتوسط ما يتكلفه فيلم سينمائى في اوربا.(٤٤)

وتمارس الولايات المتحدة أيضاً الهيمنة الإعلامية من خلال تحكمها في معظم مواد وتجهيزات الصناعة التقليدية للاعلام مثل الورق والحبر وآلات الطباعة والتصوير. أيضاً تعتبر جميع تجهيزات المعلوماتية والحاسوبية وغزو الفضاء وبنوك المعلومات تحت سيطرة الولايات المتحدة. واخيرا تتركز معظم مصادر البث الإعلامى والأقمار الصناعية ومواد تصنيعها في يد الولايات المتحدة أيضاً، وتستطيع مراكز البث والتصنيع بث الاخبار والمعلومات التي تناسبها والتحكم في الأفكار والأذواق والأزياء والانتشار الأدبى واللغوى وأن تشكل صورة العالم بما يوافق مصالحها.(٤٥)

وتعد أشكال الهيمنة الإعلامية التي تمارسها الولايات المتحدة أحد مظاهر الامبريالية الثقافية، والأخيرة تعنى سيطرة إحدى الثقافات على الأخرى. ولذلك تفهم هذه الامبريالية في ضوء عبء ثقيل لإحدى الثقافات القومية على الأخرى. وينظر إلى الإعلام باعتباره المركز أو المحور لهذه العمليات، لانه ينقل المعانى الثقافية التي تتغلغل وتنتشر بين الشعوب التابعة. والتلفزيون على سبيل المثال تتم بواسطته عمليات الإنتاج الثقافى والأنشطة الاقتصادية لإنتاج السلع وتسويقها.

ولذلك فالامبريالية الثقافية جدليا هى مقدمة تسبق الامبريالية الاقتصادية، وهذا يؤكد أن الامبريالية الثقافية مجموعة من العمليات الثقافية والاقتصادية التي تظهر في إعادة إنتاج الرأسمالية العالمية.(٤٦)

وقد حاول كل من «دورفمان DorFman» و «ماتليرت Matelart» سنة ١٩٧٥ ان يقدما نموذجا للامبريالية الثقافية في تحليلاتها لعالم والت ديزنى «Walt Disney» وقد هدف المؤلفان إلى تحديد القيم من خلال عالم ديزنى، وأن يثبتا الافتراضات الأيديولوجية التي تخدم الامبريالية الامريكية بوساطة حث الناس على اتباع الطريقة الأمريكية باعتبارها الأحسن. وقد ابتكر «دورفمان وماتليرت» النظريات الإيديولوجية التي تتضمن الطباع الثقافية والعنصرية لشعوب العالم الثالث وصورة الدول النامية، وانتظار الثروة من المكتشفين الغربيين، وارتفاع الاستهلاك بين المستويات العليا من الأشخاص الطامحين، وجعل الرأسمالية أمراً محتوما وضروريا. وتعتبر هذه النظرية منفذا تدخل منه الولايات المتحدة للهيمنة على دول العالم الثالث، بالاضافة إلى ذلك يساهم التليفزيون في الإعلان عن استيراد السلع الاستهلاكية مثل الكوكاكولا مع ذكر الثناء والمديح للحياة الجميلة التي تعيشها المجتمعات الرأسمالية، وتعظيم الطريقة الامريكية.(٤٧)

ونتيجة لانتشار الامبريالية الثقافية الأمريكية وفى ظل عولمة الإعلام، تأثرت النظم الإعلامية العربية بهذه المظاهر بشكل واضح، إذ تقلص دور الدولة في تشكيل اتجاهات الجماهير عبر وسائل الإعلام. وقد فرض البعد التكنولوجى في عولمة الإعلام تحديات على الدولة القطرية العربية، وأسقط من الناحتين النظرية والعملية احتكار الدولة العربية لمجال البث الاذاعى والتليفزيونى. وفى ظل العولمة تنامى الدور المباشر للشركات المتعددة الجنسيات، إذ تتمتع هذه الشركات بقدرات مالية وتكنولوجية وفنية هائلة تستطيع من خلالها التأثير بقوة في تدفق المعلومات والأراء وانتاج المضامين الإعلامية والترفيهية وترويجها، علاوة على مصادر التمويل والتسويق. ومن النتائج السلبية أيضاً لعولمة الإعلام ضعف الهياكل التمويلية والفنية للقنوات التليفزيونية الفضائية في مظاهر عدة ؛ فهذه القنوات لا تنفق سوى مليار دولار ونصف سنويا، ولا تشارك إلا بثلاثة آلاف ساعة بث كل عام، الأمر الذي يدفع في المستقبل نحو ثلاثة احتمالات هى:(٤٨)

١ - اختفاء عدد القنوات التليفزيونية والتى تصل نحو ٥٠ محطة تليفزيونية منها ٢٢ فضائية مملوكة للدولة والقطاع الخاص تعانى من ضيق السوق الإعلانى.

٢- اندماج بعض القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص، وذلك حتى تستطيع البقاء والاستمرار.

٣- التوسع والتنافس بين هذه القنوات للدخول في شراكه مع الشركات متعددة الجنسيات وفق اسلوب الوكيل المحلى.

ونخلص مما سبق إلى تأكيد أن اختراق الهوية الثقافية العربية قد تم بوسائل متعددة ومنذ زمن طويل، لكن انتشرت هذه العملية في الأونة الأخيرة، ولاسيما بعد تعاظم أهمية تكنولوجيا البث التليفزيونى المباشر، وقدرة الولايات المتحدة من خلال امكانياتها التكنولوجية والاقتصادية والسياسية على التأثير في نشر ثقافتها وطمس بقية الثقافات العالمية، حتى بدت بوادر أزمة في الهوية الثقافية في دول اوروبا الغربية نفسها، وبدأت مشاكل الأقليات الأجنبية تظهر في كثير من دول العالم وأخذت بعض الدول الاوربية مثل فرنسا تجاهر بالقول بضرورة تمييز الثقافة الفرنسية عن الثقافة الأمريكية، وتبدى تخوفها من الغزو الثقافى الامريكى. إذن عملية اختراق الهوية الثقافية العربية ليست وليدة الساعة، وغير مقصورة عليها. علاوة على ذلك ساعد البث التليفزيونى المباشر إلى حد كبير في اتمام عملية الاختراق.

٣- تأثير البث التليفزيونى المباشر في الهوية الثقافية:

أصبحت وسائل الإعلام تلعب دوراً أساسيا في تشكيل اتجاهات الجماهير والمحافظة على الشكل الاجتماعى للمجتمع. وهذا ما ذهب إليه علماء الاجتماع. إذ رأوا ان وسائل الإعلام تستطيع التأثير في سلوك الأفراد والعمل على ابراز العادات والتقاليد التي تعمل على زيادة الارتباط بين افراد المجتمع الواحد. وقد ربط العلماء قديما بين التقدم المادى والإعلامى في المجتمع وزيادة وعى الافراد، أى ان هناك إنتاج آخر غير الانتاج المادى وهو انتاج ذهنى واجتماعى وتلعب القوانين الاجتماعية والنظم الثقافية دورا هاماً في المجتمع، ويأتى ذلك من خلال مواكبة التقدم في مجالات التكنولوجيا المتعددة.(٤٩)

وقد أكد معظم الباحثين أهمية الثقافة وفاعليتها في المجتمع، وضرورة الاهتمام بالقيم والعادات التي تساعد على تنمية المجتمع وإهمال القيم السلبية، واكدوا أيضاً ان كل هذا يتم من خلال عامل واحد هو الإعلام ووسائله المختلفة. فالثقافة والانتاج المادى وجهان مختلفان لعملة واحدة، أى ان الثقافة هى عبارة عن الجزء النظرى الذي يمد الإنتاج بالقوانين والنظريات والافكار.

والثقافة تعبير واسع يتضمن العديد من الأفكار فهى من ناحية عامل حيوى للتلفزيون الذي من المفترض ان يعكس الخبرات واساليب الحياة والمعتقدات التي تميز كل بلد عن الآخر. ومن المهم ونحن نعرف الثقافة أن نعتبرها طريقة شاملة. ولذلك تهتم الامم والمجتمعات المحلية والجماعات بتنويع الخلفية الثقافية والخبرات التي يتلقاها الفرد في المجتمع. وتهتم جميع شعوب العالم بانعكاس قيم بلادها وشئونها عبر وسائل الإعلام الجماهيرية. ويتعرف الأطفال أنفسهم عبر شاشة التلفزيون، إذ تعطى هذه العملية اهمية كبرى في الاحساس القوى بالهوية الثقافية. ويأتى ذلك من خلال القصص التي تروى عليهم، فتعكس صورتهم عبر التليفزيون. ويستطيع المجتمع المحلى ان يشجع الأطفال على تنمية الملكات الحسية لديهم ويشعرهم بالفخر بغض النظر عن المكان الذي يعيشون أو الذي قدموا منه.(٥٠)

وفى عصر التلفزيون المتعدد القنوات، انتشرت خدمات الكابل والقمر الصناعى عبر الكرة الأرضية، ويتنافس المذيعون في المحطات العامة مع مذيعى المحطات التجارية. وشكلت حماية الهويات الثقافية وتعزيزها قضية محورية في موضوع البث التليفزيونى المباشر. وعلى سبيل المثال نصت الفقرة الاولى للدستور المقترح لتلفزيون الأطفال على أنه يجب أن يكون لهم برامج معينة تتعامل معهم بشكل محدد وتعكس احتياجاتهم بصفة خاصة، وكذلك اهتماماتهم وشئونهم وتثقفهم ولا تستغلهم. وانطلاقا من أهمية الحفاظ على الهوية الثقافية للناشئة، خلصت العديد من المؤتمرات إلى حاجة الاطفال لتلفزيون خاص بهم يحترم ثقافتهم ولغتهم، وتأتى فيه القضايا المطروحة والقصص المروية مناسبة لخبرات مجتمعهم الصغير، ويعبرون من خلاله عن إبراز اهتماماتهم، وهذا التلفزيون ينتج برامجه لجمهور محلى، ولا ينوى تصدير برامجه، ويبتعد عن الهيمنة المستقبلية للتلفزيون العالمى والتجارة العالمية في مجال الوسائط السمعية والبصرية.(٥١)

وإذا حاولنا التعرف على تأثير البث التلفزيونى المباشر في الهوية الثقافية العربية، نجد ان هناك افتراضاً بأن تكنولوجيا البث المباشر ليس لديها التأثير السريع في المجالات الاجتماعية والسياسية في العالم العربى. وقد تتطوع بهذا الافتراض بعض الباحثين المهتمين بهذا الموضوع مثل «بوينز Pwens» و «نوى Nye». يبدو ذلك من خلال صعوبة حساب حصة الديمقراطية في عصر المعلومات. وعلى سبيل المثال اصبح الأردن بلدا ليبراليا، ولكن هذه الليبرالية تتطلب زيادة استخدام البث

المباشر وشبكات الانترنت. وقد بلغت نسبة مشتركى الانترنت عبر التليفون الدولى ٢,١ ٪. ومن هنا يصعب وصول الانترنت إلى معظم السكان. وفى الكويت كانت هناك قيود مفروضة على استخدام تكنولوجيا الاتصال قبل حرب الخليج سنة ١٩٩١م. وفى ضوء تقييم تأثير تكنولوجيا الإعلام في الممارسات الاجتماعية والسياسية في العالم العربى، هناك آراء تؤكد أن للتكنولوجيا تأثيرات هائلة، ولكن في أماكن أخرى من العالم، وليس في العالم العربى، ولكن معنى هذا ان العالم العربى لا يمكن ان يبقى محصنا من تأثيراتها. وربما كانت الهوية الإسلامية المحافظة لاغلبية الناس هناك سببا في ذلك، بالاضافة إلى إصرار استخدام الأساليب الابوية التقليدية للحكومة في قيامها بدور الحاجز أمام تدفق المعلومات للقوى الليبرالية، والأكثر أهمية من ذلك هو درجة الأمية وكمية الثروة ودرجة الوصول إلى تكنولوجيا الإعلام التي تتحدد بإمكانات ديمقراطية المعلومات في أى مجتمع.(٥٢)

وربما لم تكن الهوية الثقافية العربية الوحيدة الأقل تأثرا بالبث التليفزيونى المباشر، إذ توجد أطروحة ماجستير غير منشورة عن مشاهدة محطة MTV في الهند وتأثيرها على سلوك المراهقين، فقد اثبتت الدراسة أنه بالرغم من بعض الاشارات السطحية للتأثير الثقافى الموجود والمتمثل في تفضيل بعض الشبان الهنود لعبة البيسبول والجنز الازرق، لكن في النهاية وعند الحديث عن اتجاهات الشباب نحو الجنس المقابل وزواج الأطفال والقضايا الدينية، فقد لوحظ ان MTV لها تأثير ضعيف.(٥٣)

وتخلص وجهة النظر السابقة إلى أنه من الممكن تحديد التأثيرات الحقيقية للبرامج الغربية على الثقافات الاخرى من خلال الدراسات الاثنوجرافية، لكن مثل هذه الدراسات قليلة العدد جداً. وقد اثبت «مايكل تراثى Michael Tracay أن أكثر الحقائق البسيطة المتوفرة عن مشاهدة التليفزيون تشير إلى أن دوره في أى مجتمع أكثر تعقيداً بكثير، وغالباً ما تحسب بأى حساب. فالجماهير تميز وتتجه نحو تفضيل انتاج تليفزيونى محلى وتفضله عن البرامج الخليعة المستوردة. واكبر دليل على ذلك هو فشل ((دالاس)) في اليابان، وهو ما يؤكد أهمية الجمهور في التمييز(٥٤)

وبالرغم من التحليلات الامبريقية التي تفترض وجود لامبالاة بالمنتجات الإعلامية الامريكية مثل ((دالاس)) و(MTV) مازالت الاستعمارية الاليكترونية موجودة بوساطة كثير من المواطنين وموظفى الحكومة في الدول العربية او أى مكان

آخر، وتمثل تهديداً عالميا. فالاستعمارية الاليكترونية والامبريالية المالية والثقافية لم تعد موجودة على الارض، ونادرا ما تكون موجودة، ولكنها موجودة في الوعى المسلوب وطرق التفكير وأسلوب الحياة. وفى بعض الأحيان تحاول بعض الدول العربية مقاومة هذه الاستعمارية، ولكن اصبحت معظم منتجات الثقافة الامريكية تتخلل الثقافات الأخرى، الامر الذي قاد النقاد لاثبات أن ما نشاهده ليس سوى انشاء لثقافة عالمية(٥٥).

ومن القضايا التي تتأثر بها الهوية الثقافية العربية التعددية في القنوات التليفزيونية، إذ إنه ليس هناك على الاطلاق تأكيد بأن مستقبل التعددية وخصوصاً في القنوات الخاصة سيشهد تنوعاً في برامجها، سواء البرامج المقدمة عن طريق القنوات الخاصة والمقدمة عن طريق المحطات الأرضية. وتكمن أكبر الأخطار الهامة على التليفزيون العالمى في عملية التجانس او التشابه. فما لم تتعدد القنوات في المستقبل، فسوف يسيطر عليه عدد قليل من الناس يزودونه بالبرامج، التي يقدمها عدد قليل كذلك. وهذا ربما لا يعكس في الواقع الخبرات الثقافية للجماعة ككل. وبشكل مشابه، المذيعون في المحطات الارضية الذين يستوردون معظم برامجهم لا يحتمل ان يساهموا في أى طريقة هامة لتنمية الهويات الثقافية لجمهورهم.(٥٦)

ويتضح مما سبق ان دور التليفزيون في تشكيل الهوية الثقافية يدخل فيه الجانب التجارى. فهناك اعتقاد بأن الولايات المتحدة تتحكم في ٨٥٪ من حجم التجارة العالمية في مجال الوسائط السمعية والبصرية، وعلى النقيض تستورد حوالى ٤٪ فقط من برامجها من دول العالم، الأمر الذي يؤدى في النهاية إلى حدوث نوع من التماثل بين أنماط مشاهدة الجماهير. ونلحظ ذلك عندما يشاهد الجماهير برامج التلفزيون في كل مكان، ويتلون نفس العبارات التي يسمعونها ويشاهدونها.(٥٧)

واذا حاولنا تفسير سيطرة البرامج التليفزيونية الامريكية على معظم المحطات التليفزيونية في كثير من دول العالم ومن بينها الدول العربية، نجد انه من المحتمل ان يحصل المذيعون على موادهم البرامجية من الولايات المتحدة بشكل رخيص جداً، خصوصا برامج الرسوم المتحركة، حيث من السهل نقلها إلى اللغات الاخرى. وتكون تكلفة انتاجها محليا اكثر من استيرادها. ولهذا السبب نجد البرامج المحلية ضعيفة في كثير من الحالات. وهذا يقودنا إلى توجيه الانتقاد إلى الولايات المتحدة والزعم بأنها تمارس امبريالية عالمية وتمارس غزوا ثقافيا للمجتمعات العربية على نطاق واسع.(٥٨)

وقد خلصت ندوة التحديات الحضارية والغزو الثقافى لدول الخليج العربى التي عقدت في مسقط بسلطنة عمان سنة ١٩٨٥م إلى ان الأهداف المعاصرة للغزو الثقافى للمجتمع العربى تكمن في صرف انتباه هذه المجتمعات عن تنفيذ الخطط المعادية حتى تتم والناس مشغولون بالأحداث القريبة المفتعلة، وأن تصبح هذه المجتمعات دائماً في حالة من عدم الاستقرار، ومن ثم يسهل استنزافها واضعافها والسيطرة عليها. وكذلك يهدف الغزو الثقافى إلى تشويه صورة الإسلام وصورة العرب والمسلمين من خلال تصوير سلوك المخربين على انه السلوك الإسلامى الأصولى والايحاء للقارئ والمستمع والمشاهد العالمى بأن الإسلام دين متأخر لا يصلح لهذا العصر. واخيراً يهدف الغزو الثقافى إلى هدم اللغة العربية وإحلال العامية محلها إلى جانب لغته الأجنبية.(٥٩)

ونستنتج مما سبق اننا لا نستطيع اغفال تأثير البث التليفزيونى المباشر وسواء القادم من الخارج او ما نبثه نحن إلى مواطنينا في العالم العربى في هويتنا الثقافية. اذ تشير معظم النتائج والدراسات إلى الامكانات الفنية الهائلة التي تتمتع بها المحطات الفضائية الأجنبية وما تقدمه من مواد إعلامية جذابة تخفى وراءها مخاطر عديدة - يجعلها موضع اهتمام بعض الفئات من المواطنين في المجتمعات العربية. وتكمن الخطورة في أن هذه الفئات تتمثل في الشباب. ودون الدخول في تفاصيل يوجد في العالم العربى الآن كثير من مظاهر التقليد والمحاكاة للثقافة الغربية على نطاق غير محدود، ويتمثل ذلك في عادات المأكل والملبس وممارسات الحياة اليومية والعلاقات الاجتماعية بين الناس وسيادة الحاجات المادية على المعنوية. أما ما نقدمه نحن في محطاتنا الفضائية، فيبدو تأثيره أخطر من البث القادم من الخارج، وربما ذلك لأننا نقدمه باللغة التي يفهمها مواطنونا، ولذلك تكون درجة الاقناع والتأثير مرتفعة ويزيد الأمر خطورة عندما نقوم بترجمة الأعمال الإعلامية الغربية إلى العربية وعرضها في محطاتنا التليفزيونية علاوة على ضعف الإنتاج المحلى في مجال البرامج والمسلسلات والأفلام.

وبالرغم من المخاطر العديدة للبث التليفزيونى المباشر، تبقى حقيقة هامة وهى أنه أصبح ضرورة تمليها ظروف العصر، إذ لا يستطيع الفرد منا أن يعيش في عزلة عن العالم، لكن ما يجب ان نفعله تجاه هذا الخطر الداهم هو تصحيح الطريقة التي نعامله بها كما فعلت الصين واليابان وحافظتا على هويتهما الثقافية. بالاضافة إلى

رسم سياسة اعلامية مشتركة تضع الخطط والمبادئ لمعاملة هذه الظاهرة. وإذا بدأت الأمة العربية مجتمعة في تنفيذ مثل هذه الإجراءات. وسوف تكون النتيجة عظيمة، لأن ما يميز هويتنا الثقافية أن لها جذوراً مستمدة قواعدها من الدين الإسلامي.

رابعا- البث التليفزيونى المباشر والهوية الثقافية المصرية:

تميزت الهوية الثقافية المصرية بأنها نشأت منذ آلاف السنين، وامتدت متنامية عبر الزمان والمكان معبرة عن نفسها في كثير من الحضارات حتى استقرت في أحضان الحضارة العربية الإسلامية. وتميزت الهوية الثقافية المصرية بسمة الشمول، إذ انها لم تتجل في الآداب والعلوم دون التقاليد، ولا في دنيا المادة دون آفاق الروح، بل شملت نواحى الحياة جميعاً، وظهرت في الفنون والطرز الشعبية، وتجلت في العلوم والتشريع والفقه مثل تجليها في النظام الاجتماعى والعمارة والتصوير وطرائق الفكر وألوان الآداب والتاريخ. وتميزت الثقافة المصرية بقدرتها على استيعاب الثقافات الأخرى دون ان تفقد شخصيتها وخصوصياتها. علاوة على ذلك لم تبق الثقافة المصرية جامدة على شكل واحد، وكانت على مر العصور قابلة للنمو والابداع والتطور المتجدد. وتفردت الثقافة المصرية عن بقية الثقافات الأخرى في عدم تأثرها بالاستعمار عبر تاريخها الطويل، وظلت محافظة على هويتها واستقلالها الثقافى خلال هذه الحقبات التاريخية.

وفى ظل الثورة الاتصالية التي يشهدها العالم في العصر الحديث لم يكن المجتمع المصرى في عزلة عن هذه الأحداث، إذ دخلت تكنولوجيا الإعلام المتقدمة المجتمع المصرى، وانتشرت ظاهرة الاطباق الهوائية فوق اسطح المنازل، وبدت نسبة ليست قليلة من المواطنين ولاسيما في المدن يستقبلون المحطات الفضائية بسهولة ويسر. ومن هنا كان من الضرورى ان تنتج آثارها على الهوية الثقافية المصرية.

وفى محاولة لنتعرف على تأثيراتها المتعددة على الفرد والمجتمع نستعرض في الصفحات القادمة نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من جمهور مدينة الاسكندرية ممثلة للمجتمع المصرى، حيث نطلع على أنماط متابعة الجمهور للقنوات الفضائية وعاداتها، وكذلك أنماط التأثير التي يتركها البث المباشر في الهوية الثقافية، ونناقش أيضاً علاقة الظروف الاجتماعية والاقتصادية بالهوية الثقافية واخيراً دور الدولة في حمايتها، إذ توجد اختلافات بشأن هذه القضايا.

وفيما يلى نتائج الدراسة الميدانية:

١ـ أنماط متابعة الجمهور للقنوات الفضائية وعاداتها.

أ- أوضحت نتائج الدراسة بشأن علاقة المبحوثين بمتابعة قنوات الدش أن معظم أفراد العينة يحرصون على اقتناء جهاز خاص بهم وان معظم هذه النسبة تستقبل أكثر من ثلاثة أقمار صناعية، وانخفضت نسبة من يستقبلون قمراً صناعياً واحداً إلى ١٥٪ من نسبة مجموع افراد العينة. وبخصوص شراء الطبق والاسباب التي دفعت المبحوثين إلى شرائه تشير النتائج أن أكثر من ثلث أفراد العينة قاموا بشراء الجهاز منذ اقل من ستة شهور فقط، بينما انخفضت نسبة الذين اشتروا الجهاز منذ ثلاث سنوات فأكثر، ويرجع ذلك بالتأكيد إلى أسباب اقتصادية تتمثل في ارتفاع سعر الجهاز عند بداية ظهروه، ثم عندما انتشر في الأسواق وتنافست الشركات في استيراده زاد الاقبال على اقتنائه وببحث الأسباب التي دفعت المبحوثين إلى شراء الدش وجد ان نسبة كبيرة منهم قرروا الشراء طمعا في مشاهدة قنوات اكثر والتعرف على عادات وثقافات الأخرين.

ب- وبالنسبة للمواد والبرامج التي يحرص المبحوثون على متابعتها في القنوات الفضائية، أوضحت نتائج الدراسة تصدر المسلسلات العربية المقدمة بنسبة ١٢،٥٨ ٪ ثم نشرت الأخبار والأغانى والموسيقى العربية بنسبة ١١،٤٤٪ في كل منها، وكذلك الأفلام العربية ١٠,٢٩ ٪، في حين انخفضت نسبة من يشاهدون المسلسلات المدبلجة والمسلسلات الاجنبية إلى ٨٪ و ٦،٨٪ على التوالى. ومعنى هذا ان المسلسلات العربية وكذلك البرامج تمثل عاملا رئيسياً في متابعة الجمهور بينما المسلسلات المدبلجة والاغانى والموسيقى الاجنبية تعتبر عاملاً ثانويا للمشاهد المصرى. وربما يكون مرد ذلك إلى سهولة استيعاب المادة الإعلامية المقدمة باللغة العربية وصعوبة متابعة البرامج والأفلام الأجنبية بسبب عامل اللغة، علاوة على اختلاف الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج والافلام العربية والاجنبية.

ج- أما عن القنوات التي يحرص المشاهدون على استقبالها، فتشير النتائج إلى ان اكثر من نصف عينة الدراسة يفضلون متابعة القنوات العربية على القنوات الاجنبية، في حين كان هناك ٤٦٪ منهم يفعلون العكس. وبخصوص القنوات العربية التي يحرص المشاهد المصرى على متابعتها جاءت قناة الجزيرة القطرية في قائمة القنوات العربية بنسبة ٢٠,٦ ٪، تلاها مباشرة قناة المستقبل اللبنانية بنسبة ١٢,٢٪

وتساوت نسبة من يشاهدون الفضائية المصرية وقناة أوربت، اذ بلغت النسبة في كل منهما ٩,٥٪ وجاءت في المؤخرة قناة MBC والنيل الدولية بنسبة ٥,٣٪ و ٢،٢٪ على التوالي. واذا حاولنا اعادة قراءة هذه النسب نجد ان البرامج الاخبارية المتنوعة وملاحقة الأحداث التي طالما تعطش المواطن العربى إلى الحصول عليها كانت سببا رئيسياً لتفوق قناة الجزيرة القطرية على بقية القنوات العربية، بالاضافة إلى العمق في التحليل والجرأة ولاسيما القضايا غير الخليجية. أما عن أسباب انخفاض متابعة قناة النيل الدولية، فربما لأنها تقدم برامجها باللغة الإنجليزية ولها طابع مختلف عن القنوات الاخرى، اذ انها تقدم برامجها للمواطنين الاجانب.

د- وبالنسبة لمتابعة القنوات الاجنبية، اوضحت نتائج الدراسة ان القنوات التركية وقناة CNN الامريكية احتلتا الصدارة في متابعة الجمهور المصرى للقنوات الاوربية بنسبة ١٦،٦٪ و ١٦٪ بالنسبة لمجموع القنوات الاوربية والامريكية. وكذلك احتلت القنوات الروسية والصينية مجال اهتمام المشاهد المصرى بالنسبة للقنوات الآسيوية، وبلغت النسبة ٢٦,٣٪ في كل منهما. ومعنى هذا ان الوضع لم يختلف كثيراً عنه في متابعة القنوات العربية، فعندما تحتل قناة CNN الأخبارية الامريكية الصدارة، فهذا دليل على ان المادة الاخبارية ما زالت تشكل عاملاً رئيسياً وراء متابعة الجمهور للقناة التليفزيونية.

هـ- وعن أسباب متابعة المبحوثين للقنوات الأجنبية، أوضحت نتائج الدراسة ان ١٨،٤ ٪ من افراد العينة يرون انها اكثر جاذبية وإثارة اذا ما قورنت بالقنوات العربية، علاوة على انها تتسم بالجرأة في تناول الموضوعات ويتميز العاملون فيها بمهارة عالية، وبلغت نسبة من ذكر هذين العاملين ١٢،٩ ٪، وذكر أيضاً ١٢،٤٪ انها تقدم الحقيقة كاملة. وارجع ١١,٤ ٪ من افراد العينة حرصهم على متابعة القنوات الأجنبية لأنها تقدم برامج صادقة ذات تكنيك عال،وأشار ١٠،٤٪ أنها تعمل بدون رقابة. وانخفضت النسبة إلى ادناها بالنسبة لمن يحرصون على متابعتها بسبب اشباع الرغبة الجنسية، اذ وصلت النسبة إلى ١،٩ ٪. وربما تكون النسبة الأخيرة غير صحيحة لخجل المبحوثين من ذكر هذا السبب. وواضح من قراءة هذه النسب ان الجاذبية والاثارة بالاضافة إلى الجرأة في تناول الموضوعات تشكل عوامل رئيسية بالنسبة لحرص المشاهد المصرى على القنوات الفضائية الأجنبية، وربما تكون هذه الاسباب مفتقده في القنوات العربية.

و- أوضحت نتائج الدراسة أيضاً ان هناك صعوبات تواجه الناس في متابعة القنوات الفضائية، وقد انقسم جمهور البحث إلى فريقين، أكد ٥٢٪ منهم وجود مشكلات في متابعتها، بينما ذكر ٤٨ ٪ عدم وجود اية مشكلات وبسؤال الفريق الأول، ارجع ٣٢٪ هذه الصعوبات إلى الترجمة، و٣٠٪ إلى مشاكل فنية و٣٠٪ ذكر أن برامجها (خاصة القنوات العربية) تتسم بالطابع المحلى.

٢ـ اتجاهات الجماهير نحو البث التليفزيونى المباشر:

أ- أوضحت نتائج الدراسة ان هناك تباينا في وجهات النظر بشأن مجموعة من القضايا التي تشكل العنصر الحاسم في دور البث التليفزيونى المباشر في الهوية الثقافية. ومن أبرز هذه القضايا التوسع في اطلاق الاقمار الصناعية وزيادة عدد القنوات المحلية وتشفير معظم القنوات، بالاضافة إلى فرض رقابة مباشرة على الأفلام والمسلسلات الأجنبية وقضية استيراد الأطباق الهوائية وتركيبها وغيرها من القضايا. وعلى سبيل المثال أيد ٨٠٪ من مجموع افراد العينة دور القنوات الفضائية في زيادة التبادل الثقافى بين الشعوب، بينما اعترض على ذلك ١٢ ٪. أيضاً حصلت قضيتا زيادة عدد محطات التليفزيون المصرى إلى الضعف والتوسع في اطلاق اقمار النايل سات على ٧٢٪ من تأييد الجماهير. وتباينت وجهات النظر بشأن فرض رقابة مباشرة على الافلام والمسلسلات الاجنبية قبل بثها في التليفزيون المصرى. إذ انقسم أعضاء عينة الدراسة إلى قسمين، ايده ٥٠ ٪ وعارضه ٤٦٪، ولم يبد أى رأى ٤٪. وعند التعرض لقضية التوسع في انشاء القنوات المملوكة للأفراد أيد هذا الاقتراح ٤٢٪ من أفراد العينة، في حين عارضه ٤٠٪.

ب- أما بالنسبة لقضية استيراد الاطباق الهوائية وتركيبها، فتعتبر من القضايا الشائكة، فمازالت كثير من المجتمعات العربية تتردد بشأن هذه القضية. وقد ذكر ٤٨٪ من مجموع افراد العينة انهم يعارضون تدخل الدولة في هذا الموضوع في حين ايده ٣٦٪. وبخصوص فكرة تشفير قنوات النايل سات رفضها أكثر من ثلاثة ارباع مفردات العينة، إذ بلغت نسبة المعارضين لهذا الاجراء ٧٦٪، بينما أيده ١٤٪. وكذلك جاء الحال تقريبا بالنسبة لوجوب الاعتماد على التكنولوجيا المحلية فقط في تطوير الإعلام المصرى – حيث اعترض على هذه الفكرة ما يقارب ثلثى أفراد العينة وبلغت نسبتهم ٦٤٪، بينما أيده ٢٨٪.

٣- انماط التأثير التي يتركها البث التليفزيون المباشر في الهوية الثقافية:

إن الثقافة العربية التي تستمد شخصيتها المميزة من مفهوم العروبة والتراث الإسلامى تتعرض الآن شأنها في ذلك شأن بقية الثقافات في العالم إلى عمليات تدميرية بسبب عملية تهجين قوية جديدة قائمة على استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية التجارية الأمريكية. ولم يحدث في التاريخ من قبل ان توفرت التكنولوجيا الضرورية لعملية الغزو واختراق الثقافة العربية وغيرها من ثقافات العالم على النحو التي هى عليه الآن. ولقد اتاحت عمليات البث التليفزيونى المباشر إزالة كل الحواجز الثقافية، واستطاعت الولايات المتحدة الهيمنة على موجات الأثير، وارتفعت حصتها في مجال إنتاج النشرات والبرامج الاخبارية والمسلسلات والبرامج الاذاعية والافلام واشرطة الفيديو. وفى هذا الصدد تباينت الآراء بشأن الآثار المحتملة لهذا البث، لكن من الواضح أنه يترك آثاراً متباينة على مستقبليه، فتارة تكون ايجابية وأخرى ينظر البعض اليها بأنه سلبية. وقد يترك هذا البث آثاره على الفرد، ويمتد تأثيره في بعض الأحيان إلى متابعة المشاهدين لمحطات التليفزيون الوطنى. وقد خلصت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج الهامة في هذا الموضوع وهى:

أ- تباينت آراء الجمهور بشأن الآثار المحتملة للبث التليفزيونى المباشر، فأكد ٤٠٪ منهم انه يترك آثاراً إيجابية فقط، في حين ذكر ١٨٪ بأن له آثاراً سلبية، بينما رأى ٤٢٪ من أفراد العينة ان البث المباشر له نصيب من الأثار الايجابية والسلبية معا. وعندما نحاول التعرف على المظاهر الايجابية نجد ان ١٧,٩ ٪ يرون انها تتمثل في زيادة الوعى بالبيئة العالمية، و ١٥,٧٪ يذكرون تنمية المهارات اللغوية، وأخيراً ١٢,٣ ٪ يرون في البث المباشر عاملاً منشطاً للمنافسة بين القنوات وبعضها.

أما عن الآثار السلبية التي يتركها البث التليفزيونى المباشر، فتشير النتائج أن ٢٩,٢٪ من أفراد العينة يرون أنها تتركز في تقديم الأفلام والمسلسلات الاباحية، وذكر ٢٠٪ انها تخلق فجوة ثقافية بين المواطنين ومجتمعهم، وأكد ١٥,٣ ٪ أن المحطات الفضائية تتجاهل الأحداث الداخلية والقضايا الوطنية. وذكر ١٠,٧٪ ان من آثارها السلبية تقليد الأطفال للسلوكيات السيئة التي تعرضها القنوات، وأخيراً

كانت هناك نسبة ٩,٢٪ يذكرون أن من مظاهر الأثار السلبية غرس القيم العدوانية بين الاطفال وتمجيد الثقافات الوافدة والهجوم على الثقافات الوطنية. ونخلص مما سبق إلى أن البث التليفزيونى المباشر فيه من المظاهر الايجابية التي لو استغلت الاستغلال الأمثل لنهضت الأمة واستعادت مكانتها ولحقت بالتقدم العالمى. وفى الوقت نفسه فيه من المظاهر السلبية التي لو لم نواجهها بحزم لضاعت هوية الأمة، وذابت ثقافتها بين الثقافات الوافدة.

ب- أوضحت نتائج الدراسة أيضاً ان البث التليفزيونى المباشر لا يترك آثاراً على الفرد فقط بل يمتد إلى المحطات التليفزيونية الوطنية نفسها. وقد ذكر اكثر من نصف افراد العينة (٦٠ ٪) ان استقبال القنوات الفضائية ترك آثاراً سلبية على متابعة قنوات التلفزيون المصرى، بينما ذكر ٤٠٪ انه ترك آثاراً ايجابية. وفى بحث الأثار الايجابية ذكر ٣٤٪ أنه يساهم في تطوير البرامج التليفزيونية تكنيكا ومضموناً، وذكر ٢٢٪ أنه يساهم في تنمية مهارات العاملين، وقال ٢٠٪ إنه ساهم في زيادة عدد القنوات المحلية، وأخيراً أكد ١٨٪ أن من المظاهر الايجابية زيادة عدد ساعات الإرسال أما عن الأثار السلبية التي يتركها البث التلفزيونى المباشر في متابعة القنوات الوطنية، فتشير البيانات إلى أن ٤٦,٣٪ من أفراد العينة يذكرون أن هذا البث ساعد على تحول الجماهير عن متابعة قنوات التلفزيون المصرى. وذكر ٣٩,١٪ ان من الأثار السلبية عقد المقارنات الظالمة بين قنوات التلفزيون المصرى والقنوات الأجنبية الأخرى،وذكر ٨,٦٪ من ذلك استقطاب القنوات الاجنبية للكفاءات والمهارات المصرية من العاملين في التليفزيون المصرى، وأخيرا ذكر ٥,٧ ٪ ان القائمين على التليفزيون المصرى يضطرون في بعض الأحيان إلى بث البرامج والأفلام الهابطة لمجاراة القنوات الفضائية الأخرى.

نخلص مما سبق أن إلى أنه إذا كان للبث التلفزيونى المباشر آثار إيجابية وسلبية على المواطن، فله مثلها على القنوات التليفزيونية الوطنية، إذ يستطيع القائمون على إدارة التليفزيون المصرى الاستفادة من المنافسة العالمية في مجال عرض البرامج والأخبار وتطوير تقنيات البث، وذلك لضمان عدم انصراف الجمهور عن متابعة قنواته الوطنية، اما اذا لم نأخذ القضية بمحمل من الجد فربما قد زالت هذه القنوات الوطنية من الوجود لانصراف الناس عن متابعتها. ومن هنا يمكن القول بأن البث التليفزيونى المباشر وضع القنوات الوطنية في اختيار صعب أمام جماهيرها.

٤ـ علاقة الظروف الاجتماعية بالهوية الثقافية:

وعلاوة على البث التليفزيونى المباشر ودوره في الهوية الثقافية، هناك العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. ويذكر التاريخ انه عندما قامت ثورة ٢٣ يوليو، شهدت هذه الفترة ارتباط الثقافة القومية بمبادئ الثورة والعمل على تغيير الاوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي كانت سائدة في مصر. وكان جمال عبد الناصر اول من نجح في اعطاء المعاصرة رؤية مقبولة غير تابعة لمعظم الجماهير. وتمكن من خلال أحاديثه التي تتركز على الخطوط الثقافية للشعب من ان يوحى له بأنه يعرض نموذجا ذاتيا للتقدم عن طريق نسج تصوره للمجتمع على مخطط ايديولوجى ارتكز في التعبير عنه إلى العربية والإسلام، ويرجع الفضل إلى عبد الناصر برد الاعتبار إلى الصورة الذاتية للعروبة بتقديمه الرجل العربى على أنه إنسان يناضل ضد التخلف ويسعى إلى اقامة نظام داخلى وعالمى عادل. وقد انتشرت هذه الصورة البطولية للشخصية العربية الديناميكية خارج حدود مصر.(٦٠)

ويستفاد مما سبق أن الهوية الثقافية المصرية تاريخيا تأثرت بالاوضاع الاجتماعية والسياسية. وقد أكدت نتائج الدراسة الميدانية هذه الحقائق، إذ ذكر ٤٠ ٪ من افراد العينة ان الهوية الثقافية تتأثر بشكل كبير بالعوامل السياسية، بينما ذكر ٣٨٪ العوامل الثقافية، واخيراً بلغت نسبة من ذكر العوامل الاقتصادية ٢٢٪. وببحث كيفية تأثير الظروف السياسية الداخلية في الهوية، وجد أن نصف العينة ذكروا حرية الرأى والتعبير وأكد ٣١,٤ ٪ أن الديموقراطية تلعب دوراً هاما في تعميق الانتماء لدى المواطنين، بينما ذكر ١٨,٢ ٪ بأن وسائل الإعلام تعمل على تماسك المجتمع ووحدته. اما عن تأثير الاوضاع الاقتصادية في الهوية الثقافية، فتشير النتائج ان ارتفاع الدخول وتحسن الاحوال المعيشية تؤدى إلى زيادة الرضا وتعميق الانتماء لدى الناس بالمجتمع، وحصل هذا العامل على ٢٧,٥٪ من مجموع افراد العينة، وفى الوقت نفسه ذكرت نسبة مساوية للسابقة أن الأوضاع الاقتصادية السيئة تعمل على تعلق كثير من المواطنين بما هو خارجى. واخيرا وبالنسبة لتأثير العوامل الثقافية ذكر ٤١,٢٪ أن ارتفاع المستوى التعليمى يعمل على زيادة الوعى الثقافى، وأكد ٣١،٣٪ ان المثقفين يلعبون دورا هاما في تشكيل ثقافة المجتمع، ويذكر ٢٥،٨٪ ان المثقفين يزودون الإعلام بالقيم الايجابية.

نخلص مما سبق أن الهوية الثقافية تتأثر أيضاً بالظروف السياسية والاقتصادية والثقافية. فبدون شك يلعب النظام السياسى دوراً هاما في تشكيل ثقافة المجتمع. فبالرغم من الاوضاع السياسية السيئة التي عاشها المجتمع المصرى خلال الحقبة الناصرية، استطاع عبد الناصر غرس مفهوم العروبة في نفوس الناس، ونجح في إبراز الهوية الثقافية العربية داخليا وخارجيا. أما بالنسبة لتأثير الظروف الاقتصادية، فلا يختلف اثنان على ان تحسن الاحوال المعيشية للمواطنين، وايجاد فرص عمل، تعمل على ربط ابناء المجتمع بوطنهم: وأخيراً اتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن المثقفين يشكلون دورا هاماً في ابراز الهوية الثقافية وتوضيح معالمها بل غرسها في نفوس المواطنين.

٥- دور الدولة في حماية الهوية الثقافية:

واضح ان قضية الهوية الثقافية لم تعد تشغل اهتمام الباحثين والمفكرين فقط، بل بدأت تشغل اهتمام الساسة والمسئولين أيضاً. وعندما بدأت الدعوات تتكرر لحث الدولة على التدخل لحماية الهوية الثقافية، وجدت هذه الدعوات تبايناً في الآراء والمواقف، إذ يرى الفريق المؤيد لتدخل الدولة أنها تستطيع فعل ما لا يستطيع عمله الأفراد، بينما يرى المعارضون أن الدولة لا تستطيع ممارسة أى دور في ظل الانفتاح الإعلامى على العالم. وتشير نتائج الدراسة الميدانية إلى اعتقاد ٥٦٪ من أفراد العينة في دور الدولة في حماية الهوية الثقافية، بينما كانت النسبة الباقية لا يعتقدون أى اهمية لهذا الدور.

أ- وقد اوضحت النتائج أن من يعتقدون في دور الدولة ذكروا أنها تستطيع ان تطلق الأقمار الصناعية، وبلغت نسبة هؤلاء ١٨،٤٪ وتساوت نسبة من اكد أهمية التوسع في انشاء المحطات التليفزيونية نسبة من دعا إلى إنتاج المسلسلات والأفلام التي تعبر عن الواقع المصرى، اذ بلغت النسبة كل منهما ١٧,٣٪. وذكر ١٣،٤٪ ان الدولة تستطيع زيادة ساعات الارسال بالقنوات التليفزيونية الارضية والمحلية، واخيرا تساوت النسبة بين من ذكر تصنيع اجهزة الاستقبال «الدش» محليا ومن ذكر فرض رقابة على الأفلام والمسلسلات المستوردة قبل اذاعتها والسماح بانشاء قنوات يملكها الأفراد، فبلغت ١٠،٨٪ في كل على السواء.

ب- وأوضحت النتائج أيضاً بالنسبة للآراء المعارضة لدور الدولة في حماية الهوية الثقافية ان هناك ثلاثة اسباب رئيسية تمنع تدخل الدولة. الاول ان تدخلها

يعتبر نوعا من السيطرة على وسائل الإعلام، وبلغت هذه النسبة ٣٠,٢٪. والثانى ان الدولة تعمل على زيادة ارتباط المواطنين بالنظام السياسى الحاكم بغض النظر عن سلبياته، وبلغت نسبة هؤلاء ٢٠,٩٪ والسبب الثالث الأخير هو ان بعض الباحثين رأى انها لا تستطيع ممارسة أى دور في ظل الانفتاح الإعلامى العالمى، وبلغت نسبة هذه الآراء ٤٨,٨٪.

ج- نخلص مما سبق أن هناك تيارين اساسيين بشأن دور الدولة في حماية الهوية الثقافية، يرى أنصار التيار الأول أن الدولة بإمكانها عمل الكثير من أجل حماية هويتنا، وذلك من خلال امكانياتها المتعددة وقدرتها التي تفوق مقدرة الأفراد مثل إطلاق الأقمار الصناعية أو إزالة القيود أمام تملك الأفراد القنوات التلفزيونية. وفى المقابل يرى أنصار التيار الآخر أن الدولة عندما تتدخل، تحاول تسخير وسائل الإعلام لصالحها وليس للجماهير، وتعمل على ربط الجماهير بالنظام السياسى بغض النظر عن سلبياته، أيضاً يرى المعترضون أن تدخل الدول في حماية الهوية الثقافية قد يكون فيه من العبث وتضيع الوقت خاصة بعد عولمة الإعلام ومن ثم عولمة الثقافة.

خامساً- الجهود المبذولة للحفاظ على الهوية الثقافية العربية:

الحفاظ على الذاتية الثقافية عملية تتيح للمجتمع ان يتغير ويتطور دون ان يفقد هويته الاصلية، وان يتقبل التغيير دون ان يغترب فيه، إنه التفاعل بين الاصالة والتجديد. وتأكيد الذاتية الثقافية لا ينفصل عن القيم المرتبطة بالتراث وإحيائه على ان يكون هذا العمل مرتبطا بالفعل الابداعى ومنطلقا للثقافة الحية ومنبعا لتجديد مستمر لابداعية تتغذى من كل اشكال الثقافة الذاتية الموروثة.

ولقد حاولت بعض الدول اقامة استراتيجيات إعلامية تؤكد هويتها الثقافية. وسنغافورة على سبيل المثال تقود تيارا يؤكد أهمية وجود منظور آسيوى في الساحة العالمية، ويرتكز على القيم الآسيوية في وسائل الإعلام. ولقد لجأت الحكومات الاسيوية إلى تبنى استراتيجيات اعلامية نشطة لمواجهة هذا السيل من الصور والبرامج والمواد الاجنبية. وجاء مشروع تكنولوجيا المعلومات ٢٠٠٠ كى يهدف إلى ربط سنغافورة بالعالم والعكس كأحد المشروعات المكملة لاتجاه الحكومة نحو بناء الاقتصاد الخارجى لسنغافورة، فمن الناحية الأيديولوجية يعكس اتجاه الاستراتيجيات الإعلامية نحو الاقليمية في صناعة الصحافة والاذاعة، الرغبة

الواعية لتغيير فكرة الشرق المحتل. وتمثلت الاستراتيجيات أيضاً في تخصيص هيئة للاذاعة السنغافورية المملوكة للدولة. وجاء قرار التخصيص مشروعاً مضاداً للهيمنة ولمواجهة تحدى الاذاعات الغربية عبر الاقمار الصناعية.(٦١)

وفى مجتمعات الشرق الاوسط يرى أصحاب المنظور الإسلامى ان تكنولوجيا الإعلام والمعلومات تركز على انتهاك القيم الدينية، فكما صممت هذه التكنولوجيا لزيادة حجم إنتاج الصناعات الزراعية في العالم النامى، تعمل أيضاً على تحطيم ممارسات قرون قديمة، بالاضافة إلى الأضرار التي يمكن ان تلحق بالبيئة، كما نرى في سلسلة أفلام «على مزريدى AliMazrawi» عن الأفارقة، ويركز الإسلاميون على تكنولوجيا الاقمار الصناعية، ويعتبرونها عربة لنقل الأفلام الغربية والموسيقى الراقصة،. ويقول «آيه الله على خامينئي» أن هناك برامج موجهة إلى أيران من الغرب تفسد القيم الاخلاقية للمسلمين. ويجد العديد من المسلمين المحافظين انفسهم في مواجهة ضد الولايات المتحدة في حرب ثقافية تلعب تكنولوجيا المعلومات مثل شبكة الانترنت والبث التليفزيونى المباشر دورا هاما في تسهيل غزو الثقافة الامريكية والعمل على ترويجها.(٦٢)

وانطلاقا من الاعتراف بأهمية العلاقة بين الامن القومى وقوى التمثيل العالمى، سارعت العديد من الدول العربية إلى مضاعفة جهودها لاستغلال الفرص والاستفادة من عصر المعلومات. وفى كلمات «يوسف محمد السوميت» مدير عام وكالة الأنباء الكويتية أن الوسيلة خصوصا وكالات الأنباء تؤثر في الرأى العام وتوجهه من خلال تداول الانباء عبر محطات الراديو والتليفزيون والصحف. وحتى لا تتركز قوى التأثير العالمى في ايدى الاقطاب الإعلاميين الغربيين، سارعت بعض بلاد الشرق الاوسط ومستثمرى القطاع الخاص إلى الوقوف ضد الاستعمارية الإلكترونية. وهناك واحدة من اكبر الجهود الرائعة لتقليل تبعية الدول العربية للمنتجات الثقافية الغربية، تتمثل في القمر الصناعى العربى (عرب سات)، ومؤخراً «نايل سات» ويقوم الأول بتوزيع برامج شركة دالا البركة السعودية التي تملك شركة الانتاج الإعلامى العربى، حيث تزود شبكة راديو وتليفزيون العرب بالبرامج والمسلسلات والافلام. ويذكر الدكتور «وليد حسام» - مدير إدارة شركة الانتاج الإعلامى العربى- أن ART هى محطة عربية تنتج برامجها وتوزع موادها الإعلامية بواسطة شركات انتاج اخرى في الشرق الاوسط. والمحطة ليس لديها النية لملأ مجالها الجوى

ببرامج مستوردة من الخارج. وتهتم A R T بحاجة الاسر العربية المسلمة. وتذيع برامجها على خمس قنوات هى: قناة التسوق، وقناة عامة، وواحدة للرياضة، وواحدة للأفلام، وقناة للأطفال، وواحدة للموسيقى. وتهدف قنوات ART إلى جعل العرب يتحولون عن القنوات الغربية. ويشاهد القناة بشكل منتظم المشاهدون الناطقون بالعربية في الشرق الاوسط وجنوب آسيا وأوربا.(٦٣)

أما «النايل سات» فهو إضافة جديدة للجهود المبذولة للحفاظ على الهوية الثقافية العربية، واستطاعت مصر ان تدخل هذا المجال باطلاق «نايل سات ١» ليفتح الباب امام نشأة محطات فضائية عربية جديدة تستطيع من خلالها مواجهة البث التليفزيونى القادم من الغرب والولايات المتحدة، وفى الوقت نفسه توضح صورة العرب والثقافة العربية والإسلامية لشعوب العالم. ولطالما تجاهلت وسائل الإعلام العربية قضايانا الغربية، وحاولت بوسائل متعددة طمس هويتنا الثقافية وعبر النايل سات نشأت المحطات التعليمية والرياضية والأخبارية والفنية والثقافية، وإن كان الأمل مازال معقودا على التصريح ببث قنوات دينية تستطيع نشر تعاليم الإسلام وتوضيحه لبقية شعوب العالم. وقد استطاعت محطات النايل سات ان تثبت وجودها في الفترة الاخيرة، وتربط الشعوب العربية ببعضها وتوحد اهدافها. وعملت أيضاً على ربط المواطنين العرب المقيمين في الخارج بأوطانهم الأصلية.

ومن وسائل حماية الهوية الثقافية ما تقوم به بعض الدول من تحديد نسبة البرامج المستوردة في الاذاعة والتليفزيون كوسيلة دفاعية جيدة ضد ما يحتمل ان نراه من صور متحركة غير مرغوبة قادمة من الولايات المتحدة، بالاضافة إلى تقوية البرامج المحلية وتدعيمها. وعلى أية حال مثل هذه المبادرات من الضرورى ان تساعد الحكومات في تدعيمها، وفى كثير من الدول المذيعون في المحطات التجارية مطالبون بعرض برامج محلية. وفى بعض الدول مثل استراليا وكندا وفرنسا وبريطانيا والدول الاسكندنافية يسمح الاطار التنظيمى فيها بتقديم اعانات حكومية للانتاج المحلى. وفى العالم العربى حددت كثير من الدول العربية نسبة البرامج المستوردة في محطاتها الاذاعية والتليفزيونية، وتدعم الانتاج المحلى سواء في المسرح او السينما، ومن قبل في الاذاعة والتليفزيون.(٦٤) وقد أثبتت التجارب أن خدمة التليفزيون الحكومى تشكل دورا هاما في تزويد الجماهير بخدمات متنوعة مثل برامج التسلية والبرامج التعليمية والبرامج غير التجارية وتوجيه برامج

الأطفال ؛ فالدور المهم لخدمة التليفزيون الحكومى يتمثل في علاقته بالأطفال من خلال تقديم مجموعة من البرامج الجيدة التي تساعد على غرس القيم الدينية في نفوس الاطفال.

وهناك نموذج من جهود الدول العربية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في المقاومة الاستعمارية الالكترونية يتمثل في مشروع القناة الإسلامية Islam-Vision المقدم من قبل وزراء اعلام الدول الإسلامية سنة ١٩٨٨م واستمرارية وجوده على أجندة الدول الإسلامية حتى اليوم. وفى يوليو ١٩٩٢ اجتمع وزراء اعلام السعودية ومصر والكويت والسنغال وتونس وماليزيا وفلسطين والسكرتير العام لمنظمة المؤتمر الإسلامى لتطوير استراتيجية اعلام اسلامى، تتضمن تلك الاستراتيجية الرغبة في تخفيض تعريفة الاتصالات وتأسيس اتحاد الصحفيين الإسلامى، واستحداث قناة تليفزيونية جديدة تروج الإسلام عالميا. وفى كلمات احد المشاركين وهو رئيس الوزراء السورى ان الإعلام الإسلامى القوى يمكن ان يستخدم كل الموارد المالية والتكنولوجية الضرورية والموارد البشرية الماهرة وهذا يسمح لنا بمخاطبة العالم مباشرة والدفاع عن انفسنا وشرح قضايانا العادلة ويرغب النشطاء المسلمين في استخدام نفس التكنولوجيا لملاحقة العالم على طول الطريق وتحقيق فهم افضل عن العرب والإسلام. علاوة على ذلك ترغب دول عربية ان تحمى سيادتها واستقلالها من خلال التبادلات المتوازنة من المعلومات محليا واقليميا وعالميا.(٦٥)

وفى ظل العولمة التي تشهدها المجتمعات المعاصرة في كافة المجالات، فقد أصبحت قوى العولمة تلعب دورا هاما في فصل الثقافة المشتركة عن المكان، وتشكل تحديا اوليا للثقافات القومية .ولذلك على العالم العربى ان يتحرك نحو عولمة تتجه إلى اهتماماته الوطنية. وما يشجع هذا الاتجاه ان الصهيونية تسعى لتطوير آلياتها التنظيمية الدولية منذ بداية القرن العشرين. فهى تبحث عن طريقة للسيطرة على قنوات الإعلام الدولية من اجل تثبيت مشروع الصهيونية الذي تتبناه. ولذلك يجب على العرب ان يتحركوا بشكل سريع لبناء وحدة اقليمية تستطيع ان تؤثر في الاقتصاد العالمى، فهذه البلدان في حاجة ماسة إلى ذلك، لان عمليات العولمة مفروضة عليهم والوحدة العربية هى الاطار الاكثر صحة ليس بسبب تراثنا التاريخى والثقافى فقط، بل لأسباب عملية كثيرة فالعالم يتجه نحو نظام عالمى

يقـوم على تقسـيم الظلم بين اعضاء الشعوب.(٦٦)

ويمكن القول أن الفهم الحقيقى الدقيق لظاهرة العولمة بمستوياتها المختلفة يمثل مطلبا ملحا في العالم العربى، إذ يجب التعامل مع ايجابياتها ورفض سلبياتها للتوصل إلى تحقيق نتائج علمية وعملية تكرس تأسيس كتلة اقتصادية عربية واسلامية موحدة وشبكة اعلامية متنوعة ونظام تعليمى تربوى وأكاديمى مشترك بين الدول العربية والإسلامية. وتطوير بناء برلمان عربى اسلامى موحد يجتمع فيه الساسة والمثقفون والمفكرون العرب والمسلمون ليتدارسوا مشاكلهم وقضاياهم.(٦٧)

ولما كانت الخطة الشاملة للثقافة العربية تشكل عنصراً اساسيا في فهم الهوية الثقافية والحفاظ عليها، فقد هدفت هذه الخطة إلى تحقيق مجموعة من النتائج أهمها:(٦٨)

١- إغناء شخصية المواطن العربى لتأكيد وعيه بعقيدته وعربيته وكرامته وقدرته على مواكبة التطور الانسانى المعاصر والمشاركة الفعالة فيه.
٢- تطوير البنى الاجتماعية والاقتصادية والفكرية في الوطن العربى بوصفها ركن البناء الحضارى ؛ فالثقافة ليست كيانا مغلقا على ذاته، بل هى تفاعل دائم مع ما يحيط بها.
٣- إبراز الهوية الحضارية العربية الإسلامية وتنميتها والمحافظة عليها بوصف الثقافة مستودع الاصالة. فالتراث الثقافى العربى الإسلامى كنز واسع من الخبرات والقيم والعطاء الحضارى المادى والمعنوى المكتوب والشفوى، كما انه الاساس الذي تقوم عليه الهوية الثقافية للأمة.
٤- تأكيد الوحدة بين اقاليم الوطن العربى وزيادة أواصرها ؛ فالثقافة العربية هى النسيج المكون لرابطة التآخى بين العرب.
٥- الحفاظ على اللغة العربية باعتبارها من العناصر الأساسية في تكوين الثقافة العربية واستمرارها، فهى لغة حية متطورة ولديها القدرة على مزيد من التطور والتكيف مع مقتضيات العصر ولذلك فان الحفاظ على سلامتها يعتبر من الضرورات القومية وأحد مستلزمات صيانة الذاتية الثقافية.

ويتطلب الحفاظ على الهوية الثقافية العربية أيضاً ضرورة انشاء مراكز للدراسات والوثائق وجمع الموروث الشفوى او المخطوطات القديمة وانشاء المكتبات ومراكز القراءة ودور الثقافة وقاعات العروض الموسيقية والمسرحية وتنمية صناعة

الكتاب ونشره، وتعزيز الصناعات السينمائية والتوسع في نشر المطبوعات، واخيرا انشاء مؤسسات او صناديق خاصة من اجل تمويل الفنون والبحوث.(٦٩)

ويمكن القول أن حماية الهوية الثقافية او ممارستها في عصر المعلومات أصبحت أمراً صعبا للغاية. وليس من المستغرب أن تجد الناس يموتون كل يوم في سبيل حماية هويتهم الثقافية ولاسيما في ظل تدفق البيانات والمعلومات، التي أصبحت تنفذ الحدود مثل اليود الاشعاعى في جسم الانسان، حتى إن البلدان التي تظهر آمنة تماما بهويتها تجد نفسها محاصرة بالثقافة الأمريكية، وقد يجد العديد من الزعماء في الدول العربية أنفسهم في حالة حرب ليس فقط لحماية أرضهم، بل لحماية هويتهم كذلك. وعلى سبيل المثال في منتصف يوليو ١٩٩٥ أجتمع وزراء الإعلام في دول الجامعة العربية بالقاهرة. وهدف الاجتماع إلى العمل المشترك ضد التهديدات العامة والمتمثلة في الارهاب والغزو الثقافى الأجنبى الناتج عن البث التليفزيونى المباشر، قال وزير الإعلام المصرى «صفوت الشريف» أنها لفترة شديدة الحساسية يعيشها العقل العربى لأنه يخضع للغزو بواسطة القمر الصناعى الذي يسقط من سماء مفتوحة ويجلب القيم والتقاليد الأجنبية إلى مجتمعاتنا، هذا هو واقع الاستعمارية الالكترونية.(٧٠)

خاتمة: مناقشة وتقييم

عندما بدأنا الدراسة كان هناك سؤال رئيسى حاولنا الاجابة عليه وهو إلى أى مدى يستطيع البث التلفزيونى المباشر التأثير في الهوية الثقافية العربية ؟. وقد تطلب الإجابة عليه طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية، حاولت محاور الدراسة الإجابة عليها. وقبل أن نبدأ عرض الاستخلاصات والنتائج التي خلصت إليها الدراسة فقد وجدت بعض المفهومات الأساسية التي ناقشناها. إذ عرفت الهوية الثقافية أنها النواة الحقيقية للشخصية الفردية والجماعية والعامل الذي يحدد السلوك ونوع القرارات والأفعال الأصلية للفرد والجماعة، والعنصر المحرك الذي يسمح للامة بمتابعة التطور والابداع مع الاحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة. والهوية الثقافية حالة طبيعية مستمرة وعملية منتجة باستمرار، وليست ثابتة. والهوية الثقافية أيضاً نمط حياة لمجتمع انسانى، وتنتقل من جيل إلى آخر بواسطة التعليم والخبرات، وهى متضمنة في الثقافات العالمية والتنظيمات الاجتماعية والدين والبناء الاقتصادى

والثقافة المادية واللامادية، وتنتشر بين الجماعات بوساطة الاتصال المباشر وغير المباشر، وتتبلور داخل الاشكال التنظيمية والقواعد والقوانين وأنماط القيادة وتستطيع المؤسسات العلمية والتثقيفية والإعلامية التعبير عنها بأشكال متعددة وتظهر في طريقة المأكل والملبس والتفكير والممارسات السياسية والعلاقات الاجتماعية بين ابناء المجتمع ومظاهر الابداع الفنى والادبى والتكنولوجى.

أما البث التليفزيونى المباشر فهو نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال. وقد اصبح المواطن يتنقل بيسر بين المحطات التليفزيونية دون رقابة إلا من نفسه وضميره الوطنى والدينى ووفق إمكانياته الثقافية واللغوية. وقد أتاحت هذه التكنولوجيا التفاعل الكبير بين الجمهور والوسيلة مع القدرة على التزويد الآنى والتغذية المرتدة، ووصولاً أحسن إلى المعلومات وإدارة الأعمال متضمنة الصفقات البنكية والشراء المباشر من المنزل. وأصبح البث التليفزيونى المباشر وسيلة أساسية إلى نشر الثقافات ومقاومة الثقافات المضادة، بالإضافة إلى الاستفادة منه في المجالات التعليمية والتربوية والترفيهية.

وبالنسبة للإجابة على الأسئلة التي طرحناها في البداية، فيمكن استخلاص الأجوبة التالية، إذ تعتبر بمثابة النتائج النهائية التي خلصت إليها الدراسة. ويمكن إيجازها على النحو التالى:

١- أصبح التليفزيون - ولاسيما بعد انتشار ظاهرة البث المباشر وتزايد المحطات الفضائية - يشكل محوراً مركزيا في حياتنا اليومية، وجزءا من ثقافتنا. ويعد أيضاً وسيلة تساهم في تكامل المجتمع ثقافيا. ويمارس تأثيرا ليس فقط على الأفراد، ولكن يؤثر أيضاً في المجتمع. ويؤثر أيضاً في صياغة السياسات العامة والواقع أن تأثير التليفزيون ليس مرتبطاً فقط بما يعرض على محطاته المتنوعة، بل بما يتاح له اذاعته من إنتاج وسائل الاتصال الجماهيرى. وكل برامج التليفزيون يمكن أن يكون لها أثر في التكوين الثقافى للفرد والمجموع، وسواء أكانت برامج للأطفال أم العائلة أم كانت برامج سينمائية أم حلقات مسلسلة أم أخبارا أم برامج متصلة بالأحداث الجارية، وسواء كانت تمثيليات أو برامج تنشد مجرد التسلية. بل إن مثل هذه البرامج خليقة بأن تترك أثرها الثقافى في الفرد والمجتمع - بطريق غير مباشر - أكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة.

٢- يعدّ البث التليفزيونى المباشر هو الأداء الأساسية في عولمة الاتصال. وقد انقسم الباحثون إلى مؤيدين ومعارضين لظاهرة العولمة في الإعلام. إذ يرى المؤيدون فيها تدعيماً للتدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال، ونظر إليها المعارضون على أنها نفياً للتعددية الثقافية واعتداءً على حرية وسائل الإعلام وتفويضا لسلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات. وبغض النظر عن الاتجاهات المؤيدة والمعارضة، هناك حقيقة مؤكدة بأن الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات سوف تشكل عاملاً أساسيا في نشر العولمة، بالإضافة إلى تنامى دور الشركات متعددة الجنسيات في مجال الاقتصاد والإعلام وتراجع دور الدولة في النظام الإعلامى العالمى الجديد ولاسيما في مجال البث الاذاعى والتليفزيونى.

٣- ساهم البث التليفزيونى المباشر القادم من الخارج في اختراق الثقافات الوطنية ومن بينها الثقافة العربية. إن الولايات المتحدة تنفق ٢٥٠ مليار دولار سنويا على أساليب الدعاية من أجل ترويج ثقافتها. وأنشأت محطة MTV للقيام بهذه المهمة على مستوى العالم. كما أنها تبث الصور المنحرفة والموسيقى والفنون التي تدغدغ الاحلام وتقدم الإعلانات التي تقوم على الخدع والحيل السينمائية مقابل الحصول على مبالغ طائلة. وتمارس الولايات المتحدة أيضاً الهيمنة الإعلامية على كثير من دول العالم من خلال تحكمها في معظم مواد وتجهيزات الصناعة التقليدية للإعلام مثل الورق والحبر وآلات الطباعة والتصوير. أيضاً تعتبر جميع تجهيزات المعلوماتية والحاسوبية وغزو الفضاء وبنوك المعلومات تحت سيطرة الولايات المتحدة. وأخيراً تتركز معظم مصادر البث الإعلامى والاقمار الصناعية ومواد تصنيعها في يد الولايات المتحدة. وتستطيع مراكز البث والتصنيع بث الاخبار والمعلومات التي تناسبها، والتحكم في الأفكار والأذواق والأزياء الثقافية والانتشار الأدبى واللغوى وأن تشكل صورة العالم بما يوافق مصالحها.

٤- أثبتت التحليلات النظرية والإمبريقية أنه ليس للبث المباشر التأثير السريع في الهوية الثقافية العربية، خاصة في المجالات الاجتماعية والسياسية في العالم العربى، ويبدو ذلك لأسباب عديدة. إذ مازالت حصة الديمقراطية في عصر المعلومات ضعيفة بالنسبة للمواطن العربى، بالاضافة إلى إصرار الحكام والقادة العرب على استخدام الأساليب الأبوية التقليدية للحكومة في قيامها بدور الحاجز أمام تدفق المعلومات للقوى الليبرالية. أما عن الأسباب الاقتصادية وبدون شك

يؤثر المستوى الاقتصادى في تملك تكنولوجيا الإعلام المتقدمة، إذ ما زالت نسبة كبيرة جداً من شعوب العالم العربى محرومة من استقبال المحطات الفضائية أو الاشتراك في خدمات الانترنت. وأخيرا بالنسبة للعوامل الاجتماعية توجد حقيقة مؤكدة بأن الهوية الثقافية الإسلامية المحافظة لاغلبية الناس سوف تظل الحصن المنيع أمام أى تأثيرات خارجية.

٥- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية تركز اهتمام الجماهير المصرية بمتابعة المسلسلات العربية والأغانى والموسيقى وكذلك الأفلام العربية، بينما انخفضت نسبة متابعة المسلسلات المدبلجة والأغانى والموسيقى الأجنبية. ويرجع تفضيل الجمهور المصرى للمادة الإعلامية العربية عن الأجنبية إلى سهولة استيعابها وصعوبة متابعة المادة الأجنبية بسبب عامل اللغة، فضلا عن اختلاف الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج والأفلام العربيةعن الأجنبية، إذ تثير الأولى اهتمامات الجماهير المصرية ومصالحهم.

٦- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تباين في وجهات النظر بشأن مجموعة من القضايا التي تشكل العنصر الحاسم في دور البث التليفزيونى المباشر في الهوية الثقافية. ومن أبرز هذه القضايا التوسع في إطلاق الأقمار الصناعية وزيادة عدد القنوات المحلية وتشفير معظم القنوات، بالإضافة إلى فرض رقابة مباشرة على الأفلام والمسلسلات الأجنبية وأخيراً قضية إستيراد الاطباق الهوائية وتركيبها وغيرها من القضايا. وعلى سبيل المثال أيد ٨٠٪ من مجموع أفراد العينة دور القنوات الفضائية في زيادة التبادل الثقافى بين الشعوب، بينما اعترض على ذلك ١٢٪. أيضاً حصلت قضيتا زيادة محطات التليفزيون المصرى إلى الضعف والتوسع في إطلاق أقمار النايل سات على ٧٢٪ من تأييد الجماهير. وتباينت وجهات النظر بشأن فرض رقابة مباشرة على الأفلام والمسلسلات الأجنبية قبل بثها في التليفزيون المصرى فانقسم أعضاء عينة الدراسة إلى قسمين أيده ٥٠٪ وعارضة ٤٦٪. وبخصوص التعرض لقضية التوسع في إنشاء القنوات المملوكة للأفراد فقد أيد الاقتراح ٤٢٪ من أفراد العينة في حين عارضة ٤٠٪.

٧- تباينت أراء الجمهور بشأن الآثار المحتملة للبث التليفزيونى المباشر، فأكد ٤٠٪ منهم أنه يترك آثار إيجابية فقط في حين ذكر ١٨٪ أن له آثاراً سلبية، بينما رأى ٤٢٪ من أفراد العينة أن البث المباشر له آثار الايجابية والسلبية معا، وعندما نحاول

التعرف على المظاهر الايجابية نجد ان ١٧,٩٪ يرون انها تتمثل في زيادة الوعى السياسى و ١٦,٨٪ يؤكدون دوره في تنمية الوعى بالبيئة العالمية و ١٥,٧٪ يذكرون تنمية المهارة اللغوية وأخيرا ١٢,٣٪ يرون في البث المباشر عاملا منشطا للمنافسة بين القنوات بعضها وبعض.

أما عن الآثار السلبية التي يشكلها البث التليفزيونى المباشر فتشير النتائج أن ٢٩,٢٪ من أفراد العينة يرون أنها تتركز في تقديم الأفلام والمسلسلات الإباحية، وذكر ٢٠٪ أنها تخلق فجوة ثقافية بين المواطنين ومجتمعهم، وأكد ١٥,٣٪ أن المحطات الفضائية تتجاهل الأحداث الداخلية والقضايا الوطنية، وذكر ١٠,٧٪ أن من آثارها السلبية تقليد الأطفال للسلوكيات السلبية التي تعرضها وأخيراً كانت هناك نسبة ٩,٢٪ يذكرون أن من الآثار السلبية غرس القيم العدوانية بين الاطفال وتمجيد الثقافة الوافدة والهجوم على الثقافات الوطنية.

٨- أوضحت نتائج الدراسة أن البث التليفزيونى المباشر لا يترك آثاره على الفرد فقط، بل يمتد إلى المحطات التليفزيونية الوطنية ذاتها. وقد ذكر أكثر من نصف أفراد العينة (٦٠٪) أن استقبال القنوات الفضائية ترك آثاراً سلبية على القنوات الوطنية تمثلت في عقد المقارنات الظالمة بين قنوات التليفزيون المصرى والقنوات الأجنبية الأخرى بالإضافة إلى استقطاب القنوات الاجنبية للكفاءات والمهارات المصرية من العاملين في التليفزيون المصرى، وأخيراً قد يضطر بعض القائمين على التليفزيون المصرى إلى بث البرامج والأفلام الهابطة لمجاراة القنوات الفضائية الأخرى. أما نسبة الـ ٤٠٪ التي ذكرت أن للبث التليفزيونى المباشر له آثار إيجابية فقد ذكرت أنه يساهم في تطوير البرامج التليفزيونية تكنيكا ومضمونا، ويساهم أيضاً في تنمية مهارات العاملين ويعمل على زيادة عدد القنوات المحلية.

٩- أوضحت نتائج الدراسة أن قضية الهوية الثقافية لم تعد تشغل اهتمام الباحثين والمفكرين فقط، بل بدأت تشغل اهتمام الساسة والمسؤولين أيضاً. وعندما بدأت الدعوات تتكرر لحث الدولة على التدخل لحماية الهوية الثقافية، وجدت هذه الدعوات تباينا في الآراء والمواقف، إذ يرى الفريق المؤيد انها تستطيع فعل ما لا يستطيع عمله الأفراد، بينما يرى المعارضون أن الدولة لا تستطيع ممارسة أى دور في ظل الانفتاح الإعلامى على العالم. وتشير نتائج الدراسة إلى اعتقاد ٥٦٪ من أفراد العينة في دور الدولة في حماية الهوية الثقافية، بينما كانت النسبة الباقية لا يعتقدون

بأية أهمية لهذا الدور. وقد ذكر الفريق الأول أن الدولة تستطيع إطلاق الأقمار الصناعية وتتوسع في إنشاء المحطات التليفزيونية وإنتاج المسلسلات والأفلام التي تعبر عن الواقع المصرى، وتستطيع أيضاً زيادة ساعات الارسال بالقنوات المحلية. أما الفريق الآخر المعارض لدور الدولة فيعتقد أن هناك ثلاثة أسباب رئيسية تمنع تدخل الدولة، هى أن تدخلها يعتبر نوعاً من السيطرة على وسائل الإعلام، أيضاً عندما تتدخل الدولة تعمل على زيادة ارتباط المواطنين بالنظام السياسى الحاكم بغض النظر عن سلبياته، وأخيراً يرى بعض الباحثين أن الدولة لا تستطيع ممارسة أى دور في ظل الانفتاح الإعلامى العالمى.

١٠- خلصت الدراسة إلى التأكيد على أهمية حماية الهوية الثقافية العربية، إذ أصبحت ضرورة تمليها ظروف العصر ومستجداته. إذ يجب على الحكومات أن تتعاون هى والشعوب على المستوى الرسمى وغير الرسمى من أجل حماية هويتنا واستقلالنا. وأصبحت حماية الهوية لا تقل أهمية عن حماية الأرض. وقد وجدنا امبراطوريات وقوى عظمى تنهار معنويا دون تدخلات عسكرية أو احتلال. ويجب أيضاً تأكيد أن محاولات اختراق الهوية الثقافية العربية تأخذ أشكالا عديدة، لكن أخطرها البث التليفزيونى المباشر، إذ يقدم السم في العسل وذلك من خلال بث الافكار الهدامة عبر المسلسلات والأفلام الجذابة. ولذلك يجب معاملة هذا الوضع بتحصين ثقافتنا والتأكيد على مبادئنا ومعتقداتنا.

وفى النهاية يمكن القول أن البث التليفزيونى المباشر فيه من المظاهر الايجابية التي لو استغلت الاستغلال الأمثل لنهضت الأمة واستعادت مكانتها ولحقت بالتقدم العلمى. وفى الوقت نفسه فيه من المظاهر السلبية والتى لو لم نواجهها بحزم لضاعت هوية الأمة وذابت ثقافتها بين الثقافات الوافدة. وعلاوة على ذلك تبقى حقيقة هامة وهى أنه أصبح ضرورة تمليها ظروف العصر، إذ لا يستطيع الفرد منا أن يعيش في عزلة عن العالم، لكن ما يجب ان نفعله تجاه هذا الخطر الداهم هو تصحيح الطريقة التي نعامله بها كما فعلت الصين واليابان وحافظتا على هويتهما الثقافية. بالاضافة إلى رسم سياسة اعلامية مشتركة تضع الخطط والمبادئ لمعاملة هذه الظاهرة. وإذا بدأت الأمة العربية مجتمعة في تنفيذ مثل هذه الإجراءات. وسوف تكون النتيجة عظيمة، لأن ما يميز هويتنا الثقافية أن لها جذوراً مستمدة قواعدها من الدين الإسلامى.

الهوامــــش

1 - Robin Allet, group identity and national identity, www//multicultural mining, co com/ msub 13.htm.jul. 1999.

٢- د. محمد سكران، العولمة والهوية الثقافية - رؤية نقدية، ندوة العولمة والخصوصية الثقافية، جامعة السلطان قابوس وجامعة الزيتونة التونسية، مسقط، بحث غير منشور، ١٩٩٩، ص (٤).

3 - Canadian multiculturalism: Cultural identity , http//web20 mind link net /stole / multicul.htm.1996.

٤- الخطة الشاملة للثقافة العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المجلد الأول، الكويت، ١٩٨٦، ص: ٤٩.

5 - Jon servaes & Rico lie, Toward a more interpretative communication research «framework» ; Television as cultural system, an interpretation of clifford Geertz, http:www.unisa.ac.za/dept/press/com ca/221/servaes.htm/. p:4

6 - Chris Barker , Global television- an introduction, black well publishers, London, 1997, P:194.

٦- د. حيدر إبراهيم، العولمة وجدل الهوية الثقافية، عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر/ ديسمبر ١٩٩٩، الكويت، المجلس الوطني للفنون والثقافة والأداب،(١٠٣).

٧- المرجع السابق، ص: (١٠٤).

٨- جلال عبد الفتاح، البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، الجزء الثاني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، سلسلة العلم والحياة، القاهرة، ١٩٩٤، ص ص: (٩ - ١١).

9 - Colin J. Knowles, digital technology- Catalyst or inhibitor of future cultural and social exchange, http:www.yu.edu.au/ center/ pp:1- 2.

١٠- د. توفيق يعقوب، حول الهوائيات، مجلة الإذاعة العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد ١، ١٩٩٨، ص ص: (٢٥ - ٢٧).

١١- المرجع السابق، ص ص: (٢٦، ٢٧).

١٢- المرجع السابق، ص ص: (٢٧ - ٣٢).

13- Tom O'regan, TV as cultural technology: The work of Eric Michaels, The Australian journal of media & culture, vol.3, nol.2, 1990. http://kalimurdoch.edu.an/continuum/3.2/ EM work.

14- ibid.p:3

15- Moira Rayner, cultural identity in the age of global Television, http://ka li murdoch.edu.au.htm/

١٦- سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، بغداد، ١٩٨٤، ص ص:(٤٠، ٤١).

١٧- د. محمد سيد محمد، الغزو الثقافي والمجتمع العربي المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، ط١، ١٩٩٤، ص ص: ٩٢، ٩٣.

١٨- د. طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية ١٩٩٨، ص: ٢٤.

١٩- هربرت شيللر، الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة د. وجيه سمعان عبد المسيح، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٣، ص ص: ٦٦، ٦٧.

٢٠- د. محمد سكران، مرجع سابق، ص ص: ٩، ١٠.

٢١- د. عبد القادر الهيتي، ثقافتنا والعولمة، ندوة العولمة والخصوصية الثقافية، جامعة السلطان قابوس وجامعة الزيتونة التونسية، بحث غير منشور، مسقط ١٩٩٩، ص ص: ٢، ٣.

22- Robin Allott, op.cit.

٢٣- د. محمد شومان، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، عالم الفكر، المجلد٢٨، العدد الثاني، الكويت، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، أكتوبر - ديسمبر ١٩٩٩، ص:١٥٩.

٢٤- المرجع السابق، ص: ١٦٠.

25- Communication and culture transformation- cultural diversity, globalization and cultural convergence, project present to the European university, Barceland, June 1998, Http//www.steph web.com/capstone//htm/1998/p:1

26- ibid.P:1

٢٧- د. عبد الخالق عبد الله، العولمة جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها، عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر، ديسمبر ١٩٩٩، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص ص: ٧٥، ٧٦.

٢٨- المرجع السابق، ص ص: ٧٦ - ٧٨.
٢٩- د. حيدر إبراهيم، مرجع سابق، ص ص: ١٠٥، ١٠٦.
٣٠- د. محمد سكران، مرجع سابق، ص: ١٣.
31- Houda Gamal Abdul Nasser, Arabs, Arab- Americans and globalization, www.alhewar.com/HGAnasser.htm.1999.pp:1- 2
٣٢- د. حيدر إبراهيم، مرجع سابق، ص ص: ١١٢، ١١٣.
٣٣- د. سميح مرسون، الثقافة والتبعية - الغزو الثقافى للعالم العربى، الخطة الشاملة للثقافة العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المجلد الثالث، الكويت، ١٩٨٦، ص: ١١٨٧.
٣٤- سعيد سلمان، الهوية العربية والإسلامية في الخليج العربى ندوة التحديات الحضارية والغزو الثقافى لدول الخليج العربى، مسقط ٢١- ٢٣ أبريل ١٩٨٥، مكتب التربية العربى لدول الخليج، الرياض، المملكة العربية السعودية، ١٩٨٧، ص: ١٧.
٣٥- المرجع السابق، ص: ٢١.
36- Nizamid Din Missaghi, Two definition of the word «Arab» ; Arab identity through two spectacles Eastern and western, http://www.people.virginia.edu/amh 2x /aso /kalimat. htm.1998.p:2
37- Sadek jawad Sulaiman, understanding our culture: A question of identity, www.alhewar.com/culture.htm/ p:2
38- ibid./
39- ibid./
٤٠- سعيد سلمان، مرجع سابق، ص ص: ٢٤ - ٢٧.
٤١- الفين توفلر، تحول السلطة، ترجمة لبنى الريدى، الجزء الثانى، الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة، بدون تاريخ، ص ص: ١٤٤، ١٤٥.
42- Deborah Wheeler , New Communication Technologies, Human rights, development and the defense of middle eastern cultural space,
wrl. ulexas. edu/ «monitors» /1.1/wheeler/onedocwheeler.htm/
43- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis , Mass communication theory- foundations – forment and future, madsmorth publishing company California, 1995, P: 330.

٤٤- د. محمد سكران، مرجع سابق، ص: ١٢.
٤٥- د. حسام الخطيب، أى أفق للثقافة العربية وأدبها في عصر الاتصال والعولمة، عالم الفكر، المجلس الوطنى للثقافة والعلوم والآداب، الكويت، المجلد ٢٨، العدد الثانى، أكتوبر - ديسمبر ١٩٩٩، ص: ٢٣٤.
46- Chris Barker, Global Television- an introduction , Black well publishers, London, 1997,P: 184.
47- Ibid.,: 184.
٤٨- د. محمد شومان، مرجع سابق، ص ص: ١٦١ - ١٧٢.
49- Stuart Hall , culture, The media , and the ideological effects, in: james curran , mass communication and society, The open university, 1979, PP:315,316.
50- ibid., pp: 318,319.
51- Moira Raymer, Cultural identity in the age of global television ، op. Cit.،
52- Ibid.,
53- Deborah Wheeler, op.cit.
54- ibid.,
55- ibid.,
56- ibid.,
57- Moira Raymer, op.cit.,
58- ibid.,
٥٩- د. محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص ص: ٢٣١ - ٢٣٦.
٦٠- روبير أنسيو، الغرب والعرب - هدم وبناء الهوية الثقافية، مجلة القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد ١١٦، القاهرة، يوليو، ١٩٩٢، ص: ٤٣.
٦١- الفت حسن أغا، البث المباشر والهوية الثقافية، دراسات إعلامية، أبريل - يونيو ١٩٩٥ ص:١٠.
62- Deborah Wheeler, op.cit.,
63- ibid.,
64- Moira Raymer., op.cit.,
65- Deborah Wheeler., op.cit.,
66- Houda Gamal Abdul Nasser., op.cit.,p:2
٦٧- د. عبد القادر الهيتى، مرجع سابق، ص: ١٥.

٦٨- د. محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص ص: ٢٦٩ - ٢٧٠.
٦٩- سعيد سلمان، مرجع سابق، ص: ٢٧.
70- Deborah Wheeler., op.cit.,

الفصل السابع

الإنترنت وحقوق الإنسان

- مقدمة.
- أولاً- خصائص الإنترنت كوسيلة إعلامية.
- ثانياً- علاقة الإنترنت بحقوق الإنسان.
- ثالثاً- خصائص استخدام الإنترنت في مجال حقوق الإنسان.
- رابعاً- أهمية الإنترنت في مجال حقوق الإنسان.
- خامساً- مظاهر استخدام الإنترنت في مجال حقوق الإنسان.
- خاتمة.
- الهوامش.

الفصل السابع

الإنترنت وحقوق الإنسان

مقدمــــة:

ربما كان صدور الإعلان العالمى لحقوق الإنسان عام ١٩٤٨ ولاسيما المادة ١٩ منه أول وثيقة رسمية دولية تبرز علاقة الإعلام بحقوق الإنسان، حيث نصت على أن «لكل شخص حق التمتع بحرية الرأى والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق آراء دون مضايقة، وفى التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأى وسيلة ودونما اعتبار للحدود». وتبع هذا الإعلان العديد من المواثيق والمعاهدات الدولية والإقليمية الأخرى ولعل أبرزها العهد الدولى الخاص بالحقوق المدنية والسياسية عام ١٩٦٦ والاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصرى ١٩٦٥، وإعلان مبادئ التعاون الدولى الذي أعتمده المؤتمر العام لليونسكو عام ١٩٦٦، وإعلان المبادئ الأساسية الخاصة بإسهام وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولى وتعزيز حقوق الإنسان ومكافحة العنصرية والفصل العنصرى والتحريض على الحرب الذي أصدره المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة في نوفمبر ١٩٧٨، وقد أكدت هذه المواثيق الدولية على أن ممارسة حريات الرأى والتعبير والإعلام هى جزء لا يتجزأ من حقوق الإنسان وحرياته الأساسية. وأكدت أيضا على دور وسائل الإعلام في تعزيز حقوق الإنسان ومكافحة التمييز العنصرى، بالإضافة إلى إسهامها في تربية الشباب على ثقافة حقوق الإنسان بهدف نشر مبادئ المساواة في الحقوق بين جميع البشر وجميع الأمم والتقدم الاقتصادى والاجتماعى.

ونتيجة لمظاهر التقدم التي حظيت بها وسائل الإعلام في الربع الأخير من القرن العشرين، فقد عززت بعض الاتفاقات والمواثيق الدولية دورها في مجال حقوق الإنسان، حيث اعتبر تقرير ما سبرد عام ١٩٨٠ حرية التعبير حقا إنسانيا أكثر أهمية، وذكر أن مظاهر هذه الحرية تكمن في ثلاثة مبادئ أساسية هى حق الإنسان في الحصول على الأخبار والمعلومات ونشرها وحقه في المشاركة السياسية

من خلال الروابط والمنظمات وحقه في صيانة السرية المهنية. أيضا جاء إعلان حرية التعبير والمعلومات الصادرة عن مجلس إعلان أوروبا عاو ١٩٨٢ يؤكد على أن حرية التعبير عنصر أساسى لمبادئ الديمقراطية الحقه. ويؤكد الإعلان أيضا أن حرية التعبير والمعلومات ضرورية للتنمية السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية. وكذلك جاء صدور دستور باريس لأوروبا جديدة عام ١٩٩٠ مؤكدا على حق كل شخص وبدون تمييز في حرية الفكر والدين والاعتقاد(١).

ولم يكن صدور المواثيق الدولية هو المظهر الوحيد للعلاقة الوثيقة التي تربط الإعلام بحقوق الإنسان، إنما يبرز التاريخ الدور الذي لعبته أجهزة الإعلام في الثورات السياسية وحركات التحرير التي حدثت مؤخرا. وفى الاتحاد السوفيتى السابق لعبت النشرات الإخبارية التي تبثها الإذاعات الدولية والكاسيتات السمعية دورا هاما هناك. وفى إيران التحمت إعلانات الحوائط بالمنشورات التي كانت تطبع تحت الأرض لإطلاق بيانات الثورة الإيرانية. وفى الصين الشعبية أيضا لعبت أجهزة الفاكس مع التغطية التلفزيونية دوراً في تمرد ساحة تيانامين -Tianan men Square وفى الأفلام الهندية العظيمة مثل «ملكة قطاع الطرق شيكار كابور Bandit Queen Shekar Kapur الذي فتح نقاشا ضخما في المجتمع الهندى الديمقراطى حول الطائفة والجنس والعنف، بالإضافة إلى بعض الأفلام الروائية الأخرى التي تطرح تساؤلات معاصرة عن أنواع المؤامرة واستراتيجياتها يتخللها موسيقى تصويرية ذات أشكال جديدة(٢).

وفى عصر تكنولوجيا المعلومات استطاع هنود الكايبو الأمازون البرازيلى تنظيم مظاهرة احتجاج مثيرة بواسطة أجهزة الفيديو ضد السدود الكهرومائية الضخمة التي تغرق بيوتهم وعرض هذه الأفلام على شبكة الإنترنت، حيث استطاعوا مخاطبة المهتمين بالبيئة وحقوق الإنسان. وفى المكسيك أيضا كانت انتفاضة «زاباتيستا» واحدة من أول وأكثر الأمثلة وضوحا في استخدام شبكات الإنترنت بشكل تنظيمى وتقنى، حيث قام جيش تحرير زاباتيستا عام ١٩٩٤بتظيم حملة عبر أجهزة الإعلام الدولية والإنترنت لكسب عطف العالم ودعمه. وقد استطاع من خلال الإنترنت تنسيق نشاطاته العسكرية والسياسية ويتعاون مع المنظمات غير الحكومية والمؤيدين الأخرين له محليا وعالميا. واستطاع توليد وعى لدى كثير من الناس بقضيته والحصول على مساعدات دولية كبيرة. وتبرز الشواهد الواقعية أن العديد من الجماعات الانفصالية وحركات الاستقلال بما فيها الجيش

الجمهورى الايرلندى ومنظمة الباسك الانفصالية ومنظمة مقاتلو شرق توركيستان وحركة استقلال تيمور الشرقية استفادوا من الويب بطريقة عملية، حيث كانت تزودهم بالمعلومات وتسجل دعما يشغل الآخرين في الحرب الإليكترونية يستوى في ذلك مع عمليات المقاومة الأرضية(٣).

أما عن علاقة منظمات حقوق الإنسان بالإعلام، فمنذ السبعينيات بدأت منظمات حقوق الإنسان غير الحكومية المحلية والإقليمية والعالمية في ازدياد عددها بشكل مثير وتنوعت في أنشطتها. وخلال الثمانينيات طور ناشطون في حقوق الإنسان والمنظمات غير الحكومية الشبكات التنظيمية والتقنية للتنسيق مع بعضهم بعضا. وفى التسعينات استخدمت مئات المنظمات غير الحكومية ومدافعى حقوق الإنسان مواقع الويب، ويأتى ذلك من خلال الصفحات الرئيسية ولوحات الإعلانات وجماعات الحوار والبحث على الإنترنت وقواعد البيانات وغيرها(٤).

وعلى مستوى البحث العلمى الإعلامى، برزت علاقة الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية بحقوق الإنسان بصورة منذ السبعينات من خلال التأكيد على الدور المهم لوظيفة أجهزة الإعلام. وقد برز العديد من المهتمين بهذا الدور المحورى ومن بينهم «ويلسون هيد Wilson Head» و«سوزان إنج Susan Eng» و«هاملين جرانج Hamlin Grange» و«كاملا جين جوبي Kamala Jean Gopie». وقد استمرت هذه الجهود خلال الثمانينيات لتحدى التمييز العنصرى في أجهزة الإعلام إجمالا وبكافة أشكاله المتنوعة وتغيراته المستمرة(٥).

وفى العالم العربى نشط دور الإعلام في مجال حقوق الإنسان خلال الربع الأخير من القرن العشرين عبر المراكز البحثية العربية، وبحوث المنظمة العربية لحقوق الإنسان وجهودها واتحاد المحامين العرب والرابطة التونسية لحقوق الإنسان وغيرها من المنظمات العاملة في مجال حقوق الإنسان. وبالرغم من هذه التطورات الإيجابية التي يشهدها الإعلام العربى في مجال حقوق الإنسان، مازال يفتقر إلى وجود خطة واضحة تهتم بقضية التوعية بحقوق الإنسان في وسائل الإعلام العربية.

أولاً- خصائص الإنترنت كوسيلة إعلامية

تعد الإنترنت وسيلة اتصال فريدة، ولم تكن هناك وسيلة شبيهة بها من قبل، فهى تسمح للأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى جمهور عالمى، وتسمح لهم باستقبال الأفكار الأخرى والمعلومات التي لا يستطيعون الوصول إليها. وربما

تميزت هذه الخاصية في الإنترنت عن وسائل الإعلام التقليدية التي يرتبط محتواها غالباً بمصالح اقتصادية وسياسية من قبل المسيطرين عليها، ومثل هذه السيطرة غير موجودة في الوقت الحاضر على الإنترنت. فقد تجد مواطنون من الأنظمة الأكثر قمعاً قادرون على إيجاد المعلومات حول الأمور التي تتعلق بحكوماتهم أو سجل حقوق الإنسان. وربما تجد بعض الأشخاص يتّحدون قوانين الطباعة في بلدهم وينشرون صحفهم التي حرموا من نشرها بالوسائل التقليدية. وهذه القوة لم يسبق لها مثيل، وعلى أية حال يمكن أن تكون الإنترنت وسيلة تهديد للأنظمة القمعية، وتكون بمثابة ضغط على هذه الحكومات(٦).

والإنترنت وسيلة اتصال عالمية وتفاعلية وغير مرتبة، وينمو استعمالها تصاعدياً. وتمنح الإنترنت الأفراد فرصة الحصول على معلومات لم يسبق لهم استخدامها في التعبير السياسى الفردى. وقد شبهت الإنترنت بكرة الثلج التي تلتف وتكبر، وقد سمحت الإنترنت بالديمقراطية التشاركية أكثر من أى وقت مضى منذ اللغة اليونانية القديمة. وبالإضافة إلى ذلك تضمن حصول الفرد على معلومات عبر وسائل عديدة مثل مجموعات الأخبار وشبكة الإنترنت العالمية، والبريد الالكترونى، ونظام إرسال الملفات، ونظام الدردشة. وقد مكنت مجموعات الأخبار الأشخاص تبادل وجهات النظر والمعلومات عبر الكرة الأرضية، حيث توجد آلاف من مجموعات الأخبار المتخصصة، بالإضافة إلى ملايين المواقع على الشبكة العالمية للإنترنت(٧).

وقد وصف «ماكلوم لورى Macolm Lowry» طبيعة عمل الإنترنت في رسالة بأنها «يمكن أن نعتبرها نوع من سيمفونية أو في الطريق الآخر نوع من أوبرا، هى موسيقى مثيرة، وقصيدة، وأغنية، ومأساة، وكوميديا، ومهزلة، وهلم جرا...، وهى وسيلة تسلية، وتقدم التنبؤات والتحذيرات السياسية، وهى شفرة، وفيلم غير معقول، وكتابة على الحائط». فالإنترنت من وجهة نظر المحلل الإعلامى «ماكلوم لوري» هى معقدة ومزيج من الأنماط المبهمة، ويعتبرها نوع من الخدمة البريدية، أو نوع من اجتماع دار البلدية، أو حتى هايد بارك الكترونية، وهى صحيفة، ومكتبة، ومتحف، وخدمة سلكية، وهى ماكينة تعليم، وتليفزيون، وقاعة سينما(٨).

ومن خلال الإنترنت تستطيع عبر غرف الدردشة Chatting أن تكون مع الناس الذين تتحدث معهم وهم يعيشون على بعد آلاف الأميال منك. وتستطيع أيضاً من خلال الإنترنت إبلاغ رسائل الحب والسلام، بالإضافة إلى رسائل الكره

والحرب كوسيلة قديمة تستخدم في الدعاية. ومازالت الإنترنت تحتفظ بالطبيعة الشخصية للرسالة، بالإضافة إلى تميزها بالسرية والأمن الذاتى، وتستخدم أيضاً في إعادة بناء المجتمع المدنى. وتتميز الإنترنت بأنها أداة رائعة لممارسة الديمقراطية، وعلى الأقل في البلدان المتطورة، حيث يستطيع عدد كبير من المواطنين الوصول إليها. وتتميز الإنترنت أيضاً بثراء المعلومات، وسهولة الوصول إليها، والتبادل السريع للآراء بين الناس في أرجاء الكرة الأرضية(٩).

والإنترنت تتميز بالبساطة في استخدامها ورخص تكلفتها، فقد استطاعت تدعيم عدة أنشطة في المجتمع المدنى، حيث تعد مؤسسات تربوية وأعمال تجارية ومنظمات لا ربحية تهدف جميعها إلى تبادل الأفكار وترويج الثقافات، والتقدم العلمى والاقتصادى، بالإضافة إلى مساعدة العديد من الجماهير في الوصول إلى وسائل الإعلام التقليدية. وتستخدم الإنترنت كذلك في نشر المعلومات واكتشافها وتخزينها وإعادة توزيعها. وتدعم الشبكة الأنشطة العلنية والعامة، وكذلك الأنشطة الخاصة والمجهولة والسرية. ويبرز استخدام الإنترنت بشكل واضح في مواقع الويب وقوائم العناوين وغرف الدردشة والوثائق المشفرة، بالإضافة إلى الطلب الهاتفى المجهول وإرسال البريد الإكترونى(١٠).

والإنترنت هى أداة هامة للتعليم والإثراء الثقافى والنشاط التجارى والمشاركة السياسية، ويمكن أن تستخدم لمصلحة أشخاص أو مجتمعات. والإنترنت هى الأقوى مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى والتى تتضمن التلغراف والتليفون والراديو والتليفزيون. فقد أزالت الزمان والمكان كعقبات للاتصال. وحققت نتائج مهمة على مستوى الأفراد، والدول والعالم أجمع. وتتميز الإنترنت بأنها فورية في كل أنحاء العالم، وتفاعلية، ومتمددة في المحتويات والخدمة القريبة، ومرنة، وتتكيف إلى درجة رائعة، وتؤمن بالمساواة. ويستطيع أى شخص من خلال الأجهزة اللازمة والمهارة التقنية المتواضعة أن يبلغ رسالته إلى العالم، وتتميز الإنترنت كذلك بأنها تسمح للأفراد بالانغماس في إخفاء الهوية(١١).

ثانياً : علاقة الإنترنت بحقوق الإنسان

لقد أصبحت مبادئ حقوق الإنسان تلقى قبولا واسعا على المستويين المحلى والدولى. لكن لا يمكن القول بأن هناك اتفاقا كاملا حول طبيعة هذه الحقوق أو مجالها الأساسى. ويفترض أن حقوق الإنسان عامة وغير قابلة للتجزئة، ويوجد

اعتماد متبادل بينها. وأصبحت الدعوة الخاصة ببناء تسلسل هرمى لحقوق الإنسان تلقى رفضا منهجيا ؛ إذ لا يمكن تقسيم هذه الحقوق إلى مجموعات أساسية وأخرى ثانوية، لكنها تشكل إطارا فريدا غير قابل للتجزئة. وبهذا المعنى لا يمكن التفرقة بين الحقوق المدنية والسياسية أو الحقوق الاقتصادية والاجتماعية.

ويعد مصطلح «حقوق الإنسان» Human rights حديثاً نسبيا(١٢). وقد بدأ يستخدم بعد الحرب العالمية الثانية فقط، وتأسيس الأمم المتحدة سنة ١٩٤٥ وتبنيها «الإعلان العالمى لحقوق الإنسان» سنة ١٩٤٨. وينظر الباحث إلى حقوق الإنسان باعتبارها «متطلبات أساسية تتمثل في تمتع الإنسان بالحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي أكدتها المواثيق الدولية، وصدقت عليها الدول العربية عامة ومصر والأردن خاصة».

ولقد استحوذت قضية حقوق الإنسان على اهتمام المجتمع الدولى خلال العقدين الماضيين. وأصبحت على رأس قائمة جدول أعمال النظام العالمى الجديد؛ إذ عبر أنصاره عن اهتمامهم بحق الإنسان في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته والمشاركة العامة، والترشيح والانتخابات والتصويت. ولقد أضافت التحولات العالمية الأخيرة حيوية جديدة لهذه الحقوق والحريات، وأكدت على أن الشعوب قد سئمت القيود والتسلط. وتعد أهم نتائج التحولات التي يشهدها العالم هو تزايد عدد الدول التي تسمح بإجراء انتخابات حرة وتداول السلطة السياسية بين الأحزاب المتنافسة(١٣).

وقد أصبح مبدأ احترام حقوق الإنسان أحد المعايير الهامة في تحديد العلاقات الدولية، وكذلك في قياس مؤشرات التنمية السياسية لأى مجتمع. وقد يتخذ مثل مقياس النمو أو تلبية الحاجات الأساسية الذي يستخدم في تحديد مستوى التنمية الاقتصادية للدول. وأصبح المفهوم يكتسب عالمية جديدة ذات فاعلية أكبر بعد أن كان مجرد شعار تتضمنه مواثيق الأمم المتحدة عقب الحرب العالمية الثانية. وعبر (بطرس غالى) الأمين العام السابق للأمم المتحدة عن ذلك بقوله : «إن الصراع من أجل حقوق الإنسان يظل في مقدمة اهتمام الأسرة الدولية، وإن الأمم المتحدة تواصل تحريك قواها وجهودها حتى يأتى اليوم الذي تصبح فيه مسألة حقوق الإنسان اللغة المشتركة للإنسانية جمعاء(١٤).

ومع إيماننا بأن مصطلح حقوق الإنسان كما يتم تداوله دوليا يركز على الوفاء بالمتطلبات وتحقيق الواجبات لكل البشر على قدم المساواة، نؤمن في الوقت نفسه بتباين فهم قضية حقوق الإنسان من مجتمع إلى آخر، ومن ثقافة إلى أخرى، لأن مفهوم هذه الحقوق وأنواعها يرتبطان في الأساس بالمعتقدات الفكرية والظروف الاجتماعية والثقافية التي تخص كل مجتمع. إنه على سبيل المثال، من غير المقبول مطالبة المسلمين بإعادة النظر في ثقافتهم، أو إبعاد الشريعة الإسلامية عن التدخل في ميدان حقوق الإنسان. ولذلك تميزت مجتمعاتنا العربية بخصوصية ثقافية تجعلها تخالف بعض الثقافات الأخرى في فهم بعض قضايا حقوق الإنسان، مثل القيود في موضوعات الحرية الدينية والزواج والميراث، بالإضافة إلى تطبيق حدود الإسلام وبعض القضايا الأخرى.

وإذا حاولنا تتبع حقوق الإنسان في الفكر العربى المعاصر، لوجدنا أن هناك ثلاثة عوامل أساسية نتج عنها الاهتمام بهذه القضية ؛ إذ يبرز الأول في الاستعمار السياسى والهيمنة الاقتصادية المسلطين على البلدان العربية منذ أوائل القرن العشرين، مما دعا المفكرين إلى البحث عن أسباب تفوق الغرب والاستعانة بآليات النظام الديمقراطى القائم في البلاد الغربية، وحفز المناضلين والاستنصار بالقوى السياسية المنادية بهذه القيم الديمقراطية. أما العامل الثانى فهو ثقافى ؛ فقد ترتب على تأثير الثقافة الغربية أن آمنت النخب العربية الوطنية التي درست في الغرب بالمرجعيات الثقافية الغربية، وبخاصة في ميدان حقوق الإنسان. ويكمن العامل الأخير في تأصيل المفكرين الإسلاميين لقضية حقوق الإنسان بالرجوع إلى مصادر الفكر الإسلامى في مواجهة المثقفين الوطنيين المنحازين للمرجعية الغربية[١٥].

وبالرغم من أهمية الإعلان العالمى لحقوق الإنسان في التأكيد على التزام الدول به إلا أن هذا الإعلان ليس معاهدة، وقد تبنته الجمعية العامة للأمم المتحدة كقرار ليس له قوة القانون، لكن بمرور الوقت أصبح هذا الإعلان آلة معيارية لخلق بعض الالتزامات القانونية للدول الأعضاء في الأمم المتحدة. وقد استقت العديد من المعاهدات الدولية والإقليمية اللاحقة مبادئها ونصوصها من الإعلان العالمى، وكذلك الاتفاقيات الدولية، وقرارات المحاكم الدولية والدساتير والتشريعات المحلية، حيث كان الإعلان العالمى ملهما للتأثير في كثير من اتفاقيات حقوق الإنسان الأخرى.

ولقد أصبحت مبادئ حقوق الإنسان تلقى قبولاً واسعاً على المستويين المحلي والدولي، لكن لا يمكن القول أن هناك اتفاقاً كاملاً حول طبيعة هذه الحقوق أو مجالها الأساسي. ويفترض أن حقوق الإنسان عامة وغير قابلة للتجزئة، ويوجد اعتماد متبادل بينها. وأصبحت الدعوة الخاصة ببناء تسلسل هرمي لحقوق الإنسان تلقى رفضاً منهجياً؛ إذ لا يمكن تقسيم هذه الحقوق إلى مجموعات أساسية وأخرى ثانوية، لكنها تشكل إطاراً فريداً غير قابل للتجزئة. وبهذا المعنى لا يمكن التفرقة بين الحقوق المدنية والسياسية أو الحقوق الاقتصادية والاجتماعية.

وترجع جذور العلاقة بين الإنترنت وحقوق الإنسان إلى بداية اهتمام منظمة الأمم المتحدة للعلوم والتربية والثقافة عام ١٩٧٤ بدعم الحق في الاتصال وأشارت في برامجها إلى أن معرفة المعلومات عن العالم الجديد وطلب الاتصال يمكن أن يستندا على مبدأين أساسيين: الأول يتمثل في إزالة حالات عدم التوازن والتفاوت الذي يميز الوضع الراهن، والثاني أن هذه المعلومات الخاصة بالعالم الجديد يجب أن تستند على المبادئ الأساسية للقانون الدولي كما جاء في دستور الأمم المتحدة. وأشارت المنظمة إلى أن الحق في الاتصال في مجتمع ديمقراطي يجب أن يقابل بتوسع بالحق في الإعلام، والحق في السرية، والحق في المشاركة، والحق في الاتصال العام.

ولقد اقترح «هاملينك» إطاراً شاملاً لدعم حق الاتصال باعتباره حقاً إنسانياً يتميز بثلاث مكونات هى المعايير، وإجراءات التنفيذ، وآليات التطبيق. وقد صنف أيضاً معايير الحق في الاتصال إلى أربعة أنواع هي: حقوق الحصول على المعلومات، وحقوق الحماية، وحقوق الجماعية، وحقوق الاشتراك. ويتضمن حقوق الحصول على المعلومات الحق في حمل الآراء، والحق في حرية التعبير، والحق في استقبال المعلومات وطلبها ومنحها، والحق في الإجابة. بينما تحتوي حقوق الحماية على سرية المعلومات، وفرضية البراءة بالنسبة لجرائم الاتصال، والحماية ضد أشكال التمييز في الاتصال مثل المعالجة الضارة للمعلومات في وسائل الإعلام، وحماية الإنسان من التضليل والخداع. ويتضمن ذلك حماية الفرد من المعلومات المضللة والمشوهة. وبالنسبة للحقوق الجماعية فتحتوي على حق الوصول إلى أجهزة الإعلام والاتصال، وتطوير بنى الاتصال التحتية، واقتناء المصادر، والمساواة في الفرص الاقتصادية، والمشاركة في اتخاذ القرارات. وبالنسبة لإجراءات التنفيذ فتتمثل في ضرورة وجود وسائل ضمان مسئولة، وعلاج فعلا لأية انتهاكات ضد

حقوق الإنسان، والاعتراف بأهمية وجود محكمة مستقلة للفصل في الشكاوى المتعلقة بانتهاكات حقوق الإنسان. وأخيراً بالنسبة لآليات التطبيق فيجب أن يتضمن الحق في الاتصال مراجعة مستمرة من قبل هيئة رقابية، ومقرر مختص، ومحكمة مستقلة(١٦).

وتبدو العلاقة بين حقوق الإنسان ووسائل الاتصال من خلال الإعلان العالمى لحقوق الإنسان الذي أكد على حرية التعبير. وتبرز العلاقة أيضاً من خلال الدور الذي تقوم به المنظمات الدولية في هذا المجال مثل منظمة العفو الدولية، حيث تمارس وظائفها عبر وسائل الإعلام. وعلى سبيل المثال كان للإعلام الفضل الأكبر في معرفة بقية أوربا بانتهاكات حقوق الإنسان في اليونان والبرتغال خلال السبعينيات.

وربما كانت أبرز النتائج المهمة التي عادت على المجتمع المدنى من الخصائص التي تميز الإنترنت، أنه وللمرة الأولى منذ صدور الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام ١٩٤٨م واهتمامه بحرية التعبير، يستطيع مواطنو العالم ممارسة هذا الحق استنادا إلى قاعدة عالمية بالفعل بغض النظر عن الحدود القانونية. وقد تجلى ذلك في المواد ١٩ و٢٢ و٢٧ من هذا الإعلان، إذ تنص المادة ١٩ «لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء بدون مضايقة، وفى التماس الأنباء والأفكار وإرسالها واستقبالها إلى الآخرين عبر أية وسيلة بغض النظر عن الحدود»، أما المادة ١٢ من الإعلان نفسه فتنص على أنه «لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا حملات تمس شرفه وسمعته، ولكل شخص حق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات». ولغة هذا البند واسعة تشمل كل اتصالات الشخص الموجهة من شخص أو مجموعة أشخاص، ويتضمن ذلك البريد الإلكترونى وغيره من الاتصالات. وجاءت المادة ٢٧ مدعومة بالمادة ١٩ لتقر حق كل شخص في حرية المشاركة في الحياة الثقافية للمجتمعات، والتمتع بالفنون والاشتراك في التقدم العلمى ومنافعه. وقد أعطت هذه المادة جذورا للإنترنت في تبادل المعلومات العلمية، وتلزم المادة(٢٧) حماية الاتصالات على الإنترنت (١٧).

وقد أظهرت البلدان الأوربية التزامها أيضاً بحرية التعبير في مجلس إعلان أوربا عام ١٩٨٢، والذي يؤكد على حرية التعبير، باعتبارها عنصراً أساسياً لمبادئ

الديمقراطية الحقة. ويؤكد الإعلان أيضاً أن حرية التعبير والمعلومات ضرورية للتنمية السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية. ويعترف مجلس إعلان أوربا بأن حرية التعبير تخدم ليس فقط المصالح الفردية، ولكن مصالح الدول القومية والمجموعات الدولية أيضاً. ويعترف الإعلان أيضاً بأن التطوير المستمر لتقنية الاتصالات والمعلومات يجب أن يخدم أكثر هذا الحق بغض النظر عن الحدود. وقد وافقت الدول الأعضاء في المجلس الأوربى على أهداف الإعلان والمتمثلة في غياب الرقابة أو فرض قيود اعتباطية على المشاركين في عملية المعلومات والمحتوى الإعلامى، وكذلك إرسال المعلومات والأفكار، وأخيراً ضمان استخدام المعلومات الجديدة، وخدمات الاتصال لتوسيع مجال حرية التعبير والمعلومات (١٨).

وقد خلصت دراسة «اكاترينا أى. دروزدوفا Ekaterina A. Drozdova» و"سيمور. أى. جودمان Seymour E. Goodman» «بشأن علاقة الإنترنت بحقوق الإنسان إلى نتيجة مفادها بأن الانتشار العالمى للإنترنت يؤثر على حقوق الإنسان والجهود المبذولة لحمايته. ومهما كان تعقيد هذا التأثير أو غموضه فيوجد دليل على تدعيم ثلاث وجهات نظر متناقضة:- (١٩)

١- ساعدت الإنترنت في مجال الدفاع عن حقوق الإنسان، وشكلت ضغطاً على انتهاك الحكومات لتحديد الإساءة.
٢- إن إمكانية استخدام الإنترنت للدفاع عن حقوق الإنسان لا تحسن دائما حالات حقوق الإنسان.
٣- إن فرضية أن الإنترنت تعيق حقوق الإنسان بشكل مباشر تحتاج لتحديد المعوقات، وبحث كل حالة على حدة، والدافع لاستخدام هذه التقنية من خلال بحث الفوائد الكثيرة والأضرار القليلة.

ثالثاً: خصائص استخدام الإنترنت في مجال حقوق الإنسان

للمرة الأولى منذ صدور الإعلان العالمى لحقوق الإنسان عام ١٩٤٨ واهتمامه بحرية التعبير، يستطيع مواطنو العالم ممارسة هذا الحق استناداً على قاعدة عالمية بالفعل بغض النظر عن الحدود. فقد كان لوصول الإنترنت ونشر المعلومات نتائج هامة بالنسبة للأشخاص والمجتمع المدنى والحكومات. فالإنترنت هي وسيلة لم تأت مثلها من قبل؛ فهى تسمح لأي شخص بواسطة جهاز كمبيوتر وبوابة، الاتصال بشكل آنى مع الآخرين عالمياً، حيث تقوم الإنترنت بدور مؤسسات

تربوية وأعمال تجارية، ومنظمات غير ربحية تهدف جميعها لتبادل الأفكار وترويج الثقافات، والتقدم العلمي والاقتصادي. بالإضافة إلى المساعدة في وصول العديد من الجماهير إلى وسائل الإعلام التقليدية. فالإنترنت وسيلة عالمية وتقنية تجاوزت الحدود الوطنية، وأزالت الموانع أمام التدفق الحر للمعلومات، بالإضافة إلى ذلك فهي وسيلة رخيصة نسبياً، وتساهم في إحداث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد. وفى السطور القادمة نحاول تسليط الضوء على خصائصها من حيث استخدامها في مجال حقوق الإنسان.

١ـ الإنترنت وسيلة سريعة وتتميز بالانتشار

يمكن الزعم بأن الإنترنت مكنت مدافعى حقوق الإنسان من الاتصال السريع، والتنسيق فيما بينهم حول العالم بطريقة لم يسبق لها مثيل. وتتميز الإنترنت أيضاً بالقدرة على الانتشار. وقد مكنت هذه الميزة منظمات حقوق الإنسان من استخدامها على نطاق واسع. وقد برز ذلك بشكل واضح من خلال استخدام البريد الالكترونى في بناء تحالفات عبر الكرة الأرضية لنشر معلومات تتعلق بالإساءة إلى العالم الخارجى. ويؤكد أنصار حقوق الإنسان بأن جمع المعلومات ونشرها تعتبر من الوظائف الأساسية في مجال حقوق الإنسان. والإنترنت بدوره يجعل هذه الوظائف أكثر انتشاراً وفاعلية وكفاءة وإدراكا لهذه الفوائد. ويتجه مدافعو حقوق الإنسان إلى الإنترنت للاتصال مع بعضهم لتعليم الجمهور وإعلامه، وتسهيل عمل المنظمات العاملة في مجال حقوق الإنسان من خلال الإبلاغ عن ضحايا حقوق الإنسان ومظاهر الانتهاكات(٢٠).

٢ـ الإنترنت وسيلة رخيصة وسهلة الوصول

تعتبر الإنترنت وسيلة اتصال رخيصة، فالتوزيع الرقمى للمعلومات رخيص نسبياً بالمقارنة مع الأنواع الأخرى من وسائل الإعلام مثل الصحف والمجلات والكتب، علاوة على ذلك يستطيع أي فرد إنشاء ويب مجاناً. ولذلك تعتبر الإنترنت وسيلة مناسبة لمنظمات حقوق الإنسان(٢١).

ويمكن الزعم بأن الإنترنت مكنت مدافعي حقوق الإنسان من الاتصال السريع والتنسيق بينهم حول العالم بطريقة لم يسبق لها مثيل. فقد ربطت الإنترنت خبراء الحاسوب مع المختصين في السياسة والعلم بقواعد بيانات ومعلومات عن حقوق

الإنسان، وكذلك المنظمات غير الحكومية الدولية والمجموعات الدولية، حيث ربطتهم جميعاً في شبكة واسعة الانتشار. وتبرز الشواهد الواقعية أن العديد من الجماعات الانفصالية وحركات الاستقلال بما فيها الجيش الجمهوزى الايرلندى، ومنظمة الباسك الانفصالية ومنظمة مقاتلو شرق توركستان، وحركة استقلال تيمور الشرقية استفادوا من الويب بطريقة عملية، حيث كانت الإنترنت تزود بعضهم بالمعلومات، وتسجل دعماً يشغل الآخرين في الحرب الإلكترونية يستوي في ذلك مع عمليات المقاومة الأرضية. وقد أعلنت تيمور الشرقية الاستقلال التخيلي من خلال الإنترنت بشكل رمزى(٢٢).

٣ـ الإنترنت منتدى للحوار والتفاعل

الإنترنت ليست فقط مكانا لإيجاد المعلومات، بل هى وسيلة اتصال استثنائية بين الناس. وعبر الإنترنت استطاعت منظمات حقوق الإنسان غير الحكومية تأسيس قنوات اتصال، وتبادل المعلومات والآراء. وأصبحت الإنترنت منتدى أساسيا لإجراء الحوار والنقاش، وتناول الموضوعات المعقدة في مجال حقوق الإنسان، وتنسيق الحملات بشأنها، وتوجيه نداءات التضامن، وأصبحت الإنترنت كذلك وكالة أنباء فورية(٢٣).

وتعد الإنترنت مساعدة لتحسين التفاعل الاجتماعي بين الجمهور من خلال توفيرها المعلومات المشتركة للجمهور، حيث يطلعون على نفس الصحف، ويشاهدون جميعاً برامج التليفزيون في وقت الذروة. ولما كانت الخطابات والمكالمات التليفونية تؤثر على العلاقات الثنائية بين الناس، فقد جاءت شبكة الإنترنت العالمية تحدث اتصالاً متعدد الأطراف وبعيد المدى، كما يحدث في اجتماعات المجموعات، أو في تجمعات أكبر مثل الورش والمهرجانات(٢٤).

٤ـ الإنترنت وسيلة مساعدة في صنع القرار

تتخذ القرارات الجماعية في الاجتماعات المباشرة في أغلب الأحيان على أساس المعرفة غير الكافية بكل التفصيلات، ويوافق العديد من الأشخاص على هذه القرارات بصورة ضمنية لأن ليس لديهم فرص لإبداء الرأى، أو لأنهم لا يجدونه جديراً بالاهتمام لإبداء معارضة علنية. أما بالنسبة للاجتماعات التي تعقد عبر الإنترنت، فتتميز بالتفاعل المتعدد الأطراف، حيث تسهل عملية تجميع

الأفراد، ويسمح باتخاذ قرارات جماعية يشارك فيها جميع الأفراد على قدم المساواة، ويستطيع كل شخص إبداء رأيه بحرية تامة

وبالإضافة إلى ذلك تتميز الاجتماعات التي تعقد بواسطة الإنترنت بالتواصل الوقتي مقارنة باجتماعات المواجهة الجسدية. فالاجتماعات التي تعقد على الشبكة يمكن أن تحدث بدون مقاطعة، بالإضافة إلى ذلك تتميز هذه الاجتماعات بالمناقشات الحادة، ويستطيع الجمهور الحصول على المعلومات المفيدة قبل عقد المناقشات الكاملة للأعضاء ويتم تخطيط موضوعات المناقشة وإعدادها بشفافية كاملة حتى يتمكن المشاركون من اختيار المحاضرات وجماعات المناقشة والورش التي ينوون متابعتها. وتتميز اجتماعات الإنترنت بتلخيص النتائج وتقديم التعليقات النقدية. وفضلاً عن ذلك تتميز الإنترنت بتقليل تأثير الجوانب الشخصية مثل نبرة الصوت، والإشارات الجسدية، وتعبيرات الوجه... إلخ. وتختفي هوية الأشخاص خلال هذه الاجتماعات، ويكون لذلك تأثيراته الإيجابية، حيث يركز المجتمعون على النقاط الجوهرية فقط أثناء مناقشة الموضوع هذا من جانب، ويشجع هذا الإخفاء من جانب آخر عدد أكبر من الأعضاء الهامشيين للتعبير عن أنفسهم بحرية(٢٥).

٥ـ الإنترنت وسيلة لتدعيم الروابط الاجتماعية

تساهم الإنترنت بالنسبة لمنظمات المجتمع المدنى في تدعيم الروابط الاجتماعية. وقد أجريت دراسة بجامعة كاليفورنيا عام ٢٠٠٠ كشفت نتائجها عن أن الناس الذين استخدموا الإنترنت يقضون وقتاً قليلاً في الأندية والمنظمات مقارنة بالذين لم يستخدموا شبكات الإنترنت أبداً. وكان مستخدمو الإنترنت أقل وصفاً لأنفسهم بالعزلة. فالأفراد النشطاء في المجتمع المدنى هم نشطاء بوجه عام. ويرى بعض الباحثين أن الوقت الذي يكرسه الناس لاستخدام الإنترنت قد ينوب عن الوقت الذي كانوا يقضونه سابقاً في أنشطة اجتماعية. وفى مقارنة بين ممارسة نشطاء منظمات المجتمع المدنى في الواقع وممارستهم أنشطتهم عبر الإنترنت تبين أن المواطنين في الواقع قد يكونوا مجبرين في بعض الأحيان للانضمام إلى منظمات أو اتحادات عالمية، وربما يواجه الأعضاء في هذه المنظمات التهديد بالاستبعاد أو الطرد منها. أما ممارسة هذه الأنشطة عبر الإنترنت فقد يشجع المواطنين على اختيار رفقائهم في العالم لمناقشة كافة القضايا دون أية التزامات(٢٦).

رابعاً : أهمية الإنترنت في مجال حقوق الإنسان:

أصبحت الإنترنت على نحو متزايد أداة لترقية حقوق الإنسان وحمايتها، وتستخدم للحصول على المعلومات ونشرها والاتصال بين الأفراد. وتستوجب طبيعة انتهاكات حقوق الإنسان عملاً سريعاً في أغلب الأحيان للرد على هذه الانتهاكات. وتعتبر الإنترنت أداة واضحة ودقيقة ورخيصة بالنسبة لسرعة المعلومات. وقد أصبحت الإنترنت أداة رئيسية لمنظمات حقوق الإنسان التي اعتمدت دائما على استراتيجيات اتصالية متطورة. وبينما كان جهاز الفاكس الأداة الرئيسية المستخدمة خلال الثمانينيات، أصبح الآن ملغياً إلى حد كبير بفضل البريد الإكتروني. وقد تمكنت المنظمات العاملة في هذا المجال من تطوير أدائها من خلال استخدام المؤتمرات عبر الفيديو. وقد بدأ استخدام هذه الوسيلة في الظهور أثناء حرب كوسوفو(٢٧).

ويرى بعض الباحثين أن الإنترنت تعد أداة قوية لجماعات حقوق الإنسان والمنظمات غير الحكومية العاملة في هذا المجال. وقد وصفت الإنترنت بالطريق السريع والاقتصادي لجماعات حقوق الإنسان في تبادل الرسائل. وتعد عاملاً مهماً في توصيل الرسائل وذلك لقدرتها على إرسال الرسالة إلى مستقبلين متعددين بعمل واحد بدلاً من إرسال رسالة إلى كل مستلم بمفرده. وتجعل الإنترنت أيضاً الاتصال التفاعلي أمراً ممكنا بين حركات حقوق الإنسان، حيث تستطيع المجموعات المحلية الاتصال بشركائهم الدوليين مباشرة دون الحاجة إلى وسطاء. وبالإضافة إلى ذلك يستطيع الاتصال الالكتروني أن يلعب دوراً في الضغط على الحكومات بهدف وقف انتهاكات حقوق الإنسان(٢٨).

والإنترنت وسيلة هامة في مجال حقوق الإنسان، حيث تدار عليها النقاشات، وتوجه عبرها الإنذارات العاجلة، وتتميز بالسرعة، وهي رخيصة في نصف الكرة الشمالي، وسوف تصبح أرخص في نصف الكرة الجنوبي، حيث أنها مازالت أرخص بكثير من الوسائل الاتصالية التقليدية هناك مثل الفاكس والهاتف. وتتميز أيضاً الإنترنت بأنها سمحت لأعضاء المجتمع بالحصول على المعلومات بطريقة متكافئة بعيداً عن القيود المفروضة بأشكال مختلفة على وسائل الإعلام الأخرى. ويبدو أن الإنترنت قد حلت محل المكتبات كالمخزن الرئيسي العام للمعلومات الحكومية، حيث تتميز باقتصاد التخزين الإلكتروني ونشر العديد من الوثائق الحكومية(٢٩).

ويبدو تأثير الإنترنت في منظمات حقوق الإنسان من خلال التغييرات التي

تحدثها، ومن بين هذه التغييرات ما أحدثته في الهيكل التنظيمى وسياسات هذه المنظمات، والعلاقات الشخصية بين أعضائها، وعمليات صنع القرار. وبالإضافة إلى هذه التغييرات الداخلية في نشاط منظمات حقوق الإنسان، يمتد تأثير الإنترنت إلى الأوضاع المعيشية للسكان من خلال المنظمات وتفاعل المجتمع معها. ويمكن القول أن الإنترنت سوف تتحول إلى أداة للعمل اليومى لمنظمات حقوق الإنسان، وأداة لتحول المجتمعات.

وتستطيع الإنترنت أيضاً أن تكون مصدراً فعالاً إضافياً للآليات المنظمة للجمعيات التطوعية من خلال عرض البرامج لمعالجة الاتصال بين أعضاءها، والتنسيق بينهم، وتخزين المعلومات، وإرسالها، وتسهيل إجراء المناقشات، وتشجيع المساهمات. وعلى سبيل المثال في المملكة المتحدة وأيرلندا استطاعت الإنترنت من خلال أندية «ياهو» www.uk.club.yahoo.com أن تنشئ مجتمعاً جديداً يلتقى فيه الأصدقاء بانتظام ويتفاعلون مع بعضهم، وكذلك الأقارب والزملاء. وتعد هذه الأندية مركزا اتصاليا فريداً على الويب، حيث تتوافر فيه لوحات إعلانات ودردشة وصور جانبية. وتتعدد مثل هذه النوعية من الأندية، فتوجد أندية للعائلات والاستثمار، والمعجبين، والمنظمات الطلابية(٣٠).

وربما كانت رسائل البريد الالكترونى بديلاً للاجتماعات البطيئة الكثيرة التي تعقد في مكان محدد. وقد استفادت جمعيات حقوق الإنسان وغيرها من هذه الأداة في عملياتها التنظيمية. وقد استفادت بالفعل من هذه المميزات بعض الحركات التحررية مثل حركة «زاباتيستا» المكسيكية الذي نجح زعيمها في تجميع مؤيديه المنتشرين بين القارات. وحدث ذلك أيضاً في تشيباباس عام ١٩٩٦، وفى أسبانيا عام ١٩٩٧، حيث تم تنظيم الاجتماعات بواسطة البريد الالكترونى، ووضع جدول أعمال للمناقشات. وقد حققت هذه الوسيلة نتائج مذهلة، إذ بلغ عدد الحضور في الاجتماع الأول ثلاثة آلاف فرد، وزاد العدد في الاجتماع الثانى ليصل إلى أربعة آلاف فرد. وتابع هذين الاجتماعين ناشطون يمثلون ٤٠ دولة في خمس قارات من العالم.

خامساً : مظاهر استخدام الإنترنت في مجال حقوق الإنسان

١ـ استخدام الإنترنت كقاعدة بيانات للمجتمع المدنى.

تبرز أهمية قواعد البيانات على الإنترنت بالنسبة لمنظمات حقوق الإنسان في استخدامها كوسائل؛ للوصول المتزايد إلى المصادر، ونقل وجهات النظر والتحليلات

والمواد المسموعة والمرئية، ويمكن استخدام هذه الوسائل كأدوات ضغط على القيود التي تفرضها الجهات المختلفة على حقوق الإنسان. وتبدو أهمية قواعد البيانات في السماح لأعضاء منظمات حقوق الإنسان بالحصول على معلومات بطريقة سهلة بعيداً عن القيود المفروضة بأشكال مختلفة على وسائل الإعلام الأخرى.

ومنذ اختراع الإنترنت يستطيع أى شخص نشر المعرفة بحد أدنى من المجهود. ويبدو أن الإنترنت قد حلت محل المكتبات، حيث تتسم باقتصاد التخزين الإكترونى وبنشر العديد من الوثائق الحكومية، وتضم في محتوياتها نسخاً من حيثيات الأحكام القضائية، وبها مقالات منظمة وتقارير يومية، وأعداداً كبيرة من المقالات الصحفية، وأفلام الكرتون، ومقتطفات من الكتب، ونسخ من أشرطة الفيديو، وبرامج التليفزيون(٣١).

أما في مجال التعليم فيمكن تقسيم مصادر المعلومات العامة المستخدمة عبر الإنترنت إلى أنواع متعددة مثل: الكتب الإلكترونية، والنشرات الدورية الإلكترونية، وقواعد البيانات الموجودة على الإنترنت، وموسوعات، ومواقع تعليمية ومجموعات أخبار. وفيما يتعلق بالكتب الإلكترونية، يبدو أن الكتب المطبوعة هى الأكثر أهمية في العملية التعليمية، لكن في المستقبل القريب من المحتمل أن تكون الإنترنت أداة أكثر شيوعاً في بيئة العملية التعليمية. وقد برزت أهميتها في هذه العملية من خلال قدرتها على تزويد الباحثين بالوثائق والبيانات المتعددة الوسائط مثل: أفلام الصور المتحركة، أو سلاسل الفيديو. أما النشرات الدورية الإلكترونية فتوجد منها على الإنترنت الصحف الإلكترونية، والأخبار الإلكترونية، وقد بدأ انتشار هذا النوع من النشرات في الأونة الأخيرة، وأصبحت أحد المصادر الأساسية للمعلومات على الإنترنت، حيث تتميز بسهولة الوصول إليها. وفيما يتعلق بمحتواها العام فيمكن القول إنها تغطى نفس الموضوعات التي تحويها النشرات المطبوعة(٣٢).

أما عن المصدر الثالث من مصادر المعلومات العامة المستخدمة في التعليم على الإنترنت فيتمثل في قواعد البيانات، إذ توجد أشكال مختلفة منها مثل: المكتبات المتعددة وقواعد البيانات للأغراض الخاصة. ويعد الهدف التربوى أو التعليمى هو العامل الأساسى في نشأة قواعد البيانات على الإنترنت، حيث إنها تتسم بسهولة الوصول إليها، وتساعد الطلاب والمعلمين في اختيار موضوعاتهم

البحثية. وتتضمن قواعد البيانات عادة مقالات مختارة (إلكترونية أو مطبوعة). وبالنسبة للمصدر الرابع فيبرز في الموسوعات، حيث تعد واحدة من أكثر المصادر استعمالا للحصول على المعلومات المساعدة. وتعتبر أفضل موسوعة معروفة هي «الموسوعة البريطانية» التي أطلقت خدماتها على الإنترنت عام ١٩٩٦م. وتستطيع الموسوعات عرض المعلومات المعمقة بطريقة أوسع، وبكمية أكبر ويتضمن ذلك أفلام الصور المتحركة وسلاسل الفيديو والصوت[٣٣].

وتجدر الإشارة إلى أن الإنترنت كوسيلة اتصال قد أحدثت بعض التغييرات الكبيرة في أنشطة منظمات حقوق الإنسان، ويبرز ذلك في تبادل المعلومات بين أعضاء هذه المنظمات بشكل مطلق دون اعتبار لحدود جغرافية ووطنية، الأمر الذي ساعدهم على تنظيم أعمالهم وتنسيقها. بالإضافة إلى ذلك استفادت هذه المنظمات من نمو نسبة النشر على الإنترنت وسرعة تبادل المعلومات، الأمر الذي جعل المسافة الجغرافية تافهة عمليا. وقد استفادت منظمات عدة من هذا المجال مثل: منظمة السلام الأخضر، ومنظمة العفو الدولية[٣٤].

وتتضح مظاهر استخدام الإنترنت بالنسبة لمنظمات حقوق الإنسان في تنسيق أعمال أعضائها وإجراء الاتصالات، واستخدامها أيضاً في كشف انتهاكات حقوق الإنسان واطلاع الناس عليها. فقد أتاحت قوائم البريد الإكتروني تكاثر البيانات الصحفية وإبراز حالات الشجب والإدانة في ممارسة انتهاكات حقوق الإنسان، من خلال إنشاء «ويب» خاص للمنظمة لتقديم المعلومات. وتفيد الإنترنت أيضاً في جمع المعلومات، حيث يستطيع الفرد جمع كمية كبيرة من المعلومات من خلال زيارته لمواقع عديدة، بالإضافة إلى ذلك تمكن الإنترنت مستخدميها من الحصول على المعلومات المبكرة مثل نداءات المنظمات الدولية[٣٥].

ولما كانت الإنترنت مصدراً مهماً للوثائق، فقد ساعدت عدداً من المواطنين العاديين ونشطاء حقوق الإنسان على نشر وثائقهم والسماح لهم بالوصول إلى قواعد بياناتهم، وأتاحت لهم فرصة التدخل في صنع القرار من خلال التعليقات التي تنشر عبر البريد الإكتروني، واستطاعت الإنترنت أيضاً تنظيم الائتلافات الواسعة عبر الوسائل غير السلمية مثل: الخطابات الحماسية، ومظاهرات الشوارع؛ فالإعلام الإكتروني يستطيع تزويد الناس بطرق متعددة لتقديم الأفكار والتجارب التي لا يمكن الحصول عليها عبر نصوص مطبوعة[٣٦].

ويتبين مما سبق أن الإنترنت مكنت أعضاء منظمات حقوق الإنسان من الاتصال السريع والتنسيق بينهم حول العالم بطريقة لم يسبق لها مثيل. وقد أسهمت الإنترنت في وصول أعداد كبيرة من فئات المجتمع إلى مواقع هذه المنظمات، وربطت بين هذه المنظمات في كثير من مناطق العالم عبر شبكة واسعة الانتشار. وربما يعد ذلك أحد الآثار الإيجابية للإنترنت بالنسبة لمنظمات حقوق الإنسان وأنشطتها المتعددة، لكن يثار سؤال مهم عن حالة حقوق الإنسان في كثير من أرجاء العالم في ظل هذه التقنية العالية. وفى الحقيقة أن مواقع الويب لهذه المنظمات لا يمكن لأى شخص الاتصال بها عمليا دون الوصول إلى الويب ذاته، وهذا غير واضح في أغلب الأحيان، فقد يتراوح متوسط الزيارات في اليوم آلاف المرات لبعض مواقع هذه المنظمات، إلا أن مثل هذه الأعداد تشير فقط إلى مشاهدتهم للموقع، لكنهم ليسوا بالضرورة متأثرين بما يبثه من معلومات وأحداث. فعملية التقييم يجب أن تأخذ في الاعتبار الكيفية التي زار بها الجمهور الموقع، وهل كان بالخطأ أم كانت زيارتهم له متعمدة، وهل الذين يزورون يعملون بالمعلومات التي يبثها الموقع. عموما هناك عدد من القضايا المرتبطة بهذا الموضوع سوف نناقشها بالتفصيل في المبحث الثانى الخاص بتحديات استخدام الإنترنت بالنسبة للمجتمع المدنى.

٢ـ استخدام الإنترنت في زيادة التدفق الحر للأنباء والمعلومات.

تعد الإنترنت قوة كبيرة وفعالة، إذ أنها أسهمت بشكل ملحوظ في تعطيل السيطرة الاستبدادية، حيث قوضت فرصة هذه النظم الاستبدادية التحكم في وجهات النظر المعارضة والاستيلاء على آلات الطباعة والتشويش على أجهزة الراديو، وأصبحت قدرة هذه الأنظمة ضعيفة ضد تدفق المعلومات. وقد برز ذلك واضحا في انهيار أنظمة أوروبا الشرقية. وتتميز الإنترنت أيضاً عن أجهزة الإعلام التقليدية بأنها وسيلة اختيارية، على خلاف التلفزيون مثلا، فهو وسيلة اتصال أحادى الاتجاه، ويعتمد المحتوى الذي يقدمه على رأى أولئك الذين يمتلكون إنتاجه أو يسيطرون عليه، وهو لا يعطى المشاهد حق الاستئناف. أما الإنترنت فتستطيع إرسال معلومات لكل شخص لقراءة المعلومات أو سماعها أو رؤيتها. وكل مستقبل يستطيع أن يتفق مع هذه المعلومات أو يختلف معها، ويستطيع أيضاً إرسالها[٣٧].

وإذا كانت القضايا السياسية والاقتصادية استفادت من وسائل الإعلام التقليدية، فإن المجتمع المدنى لم يستفد كثيراً من هذه الوسائل قدر استفادته من

الإنترنت. وذلك بسبب سيطرة الاتجاه الأحادى في نقل المعلومات بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، بينما تتميز الإنترنت بإجراء الاتصالات متعددة الأطراف. ومن حسن الحظ أن هذه التكنولوجيا صممت لمؤسسات المجتمع المدنى، وتحتاج إليها لإجراء عمليات اتصالية معقدة جداً على المستوى الرأسى والأفقي؛ بهدف تأمين تماسكها الداخلى وقدرتها على الفعل الجماعى. ويعتمد المسئولون في هذه المؤسسات على هذه التكنولوجيا لإخبار الأعضاء بالمعلومات، وحشد النشطاء والمتعاطفين والسلبيين وعامة الشعب(٣٨).

وتعد منظمة العفو الدولية أكثر المنظمات غير الحكومية استخداما للإنترنت بطريقة أكثر فاعلية، حيث تستخدمها في إرسال الرسائل الكثيرة المذاعة بطريقة أرخص وأسرع وبشكل آنى. ويتم إنذار الأعضاء بالبريد الإكترونى، واستقبال المقالات الإكترونية. وبالإضافة إلى استخدام منظمات المجتمع المدنى الكبيرة للإنترنت، فقد مكنت الإنترنت المنظمات الصغيرة العاملة في مجال حقوق الإنسان من إجراء الحملات، وتسليط الضوء عالميا وتحميل المنتهكين المسؤولية. وعلى سبيل المثال، عندما ضرب شرطى أحد الأطفال الذين يستجدون الغذاء في «جواتيمالا سيتى Guatemala City» سارعت منظمة «كزألينزا Case Alianze»- منظمة غير حكومية تهتم بتقديم الخدمات إلى أطفال الشوارع وإعادة تأهيلهم في المكسيك وجواتيمالا وهندوراس – بإبلاغ الحادثة إلى أكثر من خمسة آلاف مشترك عبر البريد الإكترونى، وجاءت ردود المشتركين سريعة، حيث زادت حملات الاحتجاج من أنحاء العالم كافة على مثل هذا العنف. وبعد عدة ساعات بدأت الاستجوابات تنهال على صندوق البريد الإكترونى للرئيس الجواتيمالى، وكذلك أعضاء حكومته، والسفارات في الخارج، وأجهزة الإعلام حول العالم. وقد ذكر «بروس ها ريسBruce Harris " المدير التنفيذى لمنظمة «كازألياتزا» في أمريكا اللاتينية أن السلطات في جواتيمالا أصبحت قلقة بشأن الضجة الدولية حول هذا الموضوع، وخلال أيام قامت بإجراء تحقيق رسمى حول هذا الحادث(٣٩).

وتبرز أهمية الإنترنت في عملية التدفق الحر للأنباء والمعلومات بالنسبة لمنظمات حقوق الإنسان؛ إذ إنها أصبحت مكانا جاهزا للوصول إلى الصحف والمنشورات الأخرى، حيث تتوفر مجموعات واسعة من النشرات المطبوعة على الإنترنت، وتسمح للعديد من أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية بتقديم خدمات مباشرة للذين

يبحثون عن مواد مذاعة سابقا. وسوف نحاول في الصفحات القادمة عرض بعض نماذج استخدام الإنترنت في عملية التدفق الحر للأنباء والمعلومات من خلال دور الصحافة الإلكترونية والأجهزة المسموعة والمرئية التي تبث عبر الإنترنت.

وفي مجال الصحافة، إذا رجعنا إلى الوراء قبل قرن ونصف القرن نجد أن تغطية الأخبار الدولية كانت تتم مباشرة من خلال إجراء المقابلات ثم الركض بسرعة إلى غرفة الأخبار ومحاولة سبق المنافسين في الطباعة. وكان التنقل بين الدول يتطلب التواجد الفعلى، وينبغى على المراسل الصحفى أن يكون موجودا هناك بالمعنى الحرفى للكلمة؛ لكى يسمع الأخبار ثم يطلب منه العودة إلى غرفة الأخبار، ليرسل مادته للنشر. ومنذ ذلك الحين فقد تغيرت الصحافة بشكل مثير بعد اختراع التلغراف والهاتف، وجعلت التكنولوجيا من الممكن اكتشاف الأحداث دون التواجد الفعلى هناك. فالإنترنت- على سبيل المثال- جعلت من الممكن إلقاء نظرة سريعة على أماكن كثيرة دون الحاجة إلى التواجد الفعلى. فالإنترنت تربط أعدادا لا حصر لها من أجهزة الكمبيوتر في جميع أنحاء العالم الأمر الذي يجعل تلميذاً في مدرسة ابتدائية في مدينة «أكرون» في ولاية أوهايو أن يقرأ ملفات يحملها مزود خدمات إحدى الجامعات في مدينة برن بسويسرا، أو أن يرى صحفى في طوكيو عاصمة اليابان نشرات الأخبار على مزود خدمات حكومى في واشنطون. وهذا يجعل من الإنترنت أداة بحث وتسجيل لا مثيل لها، فيستطيع المراسل الصحفى اليوم بعد دقائق قليلة من البحث من خلال استخدام الويب أن يجد معلومات كانت تأخذ منه ساعات من المكالمات الهاتفية الخارجية المكلفة قبل عقد من الزمن فقط. يضاف إلى ذلك أن الويب يساعد بشكل كبير في إمكانية إجراء مقابلة مع شخص ما دون الحديث معه بالفعل. فإذا لم يكن من الممكن الاتصال هاتفياً بمصدر للأنباء، فمن الممكن دائما إرسال رسالة الكترونية إليه(٤٠).

وربما كانت السهولة التي تتبع بها عملية النشر على الإنترنت قد تسمح ببناء هياكل سياسية ديمقراطية، ويشارك الأفراد في بنائها. ولقد اعتادت الشبكات الإلكترونية منذ عدة سنوات على المشاركة في تغطية الأحداث المهمة، الأمر الذي يستحيل معه اليوم توقف هذه الشبكات عن تدفق المعلومات.، وعلى سبيل المثال استطاع طلاب صينيون في الخارج متابعة أحداث قمع ثورة الطلاب في تيانامين Tinammen سنة ١٩٨٩ م في بيجين Beijin كما لو كانوا في بلادهم تماما، حيث تحدى الطلاب الرقابة الحكومية الضخمة من خلال تدفق المعلومات المجانية(٤١).

وفى الصين أيضاً استطاع المشاركون توزيع الأخبار عن الحوادث والقضايا المهمة هناك، كما جرى في حادث انفجار سكن إحدى المدارس في محافظة جيانجكس -ji angxi وإسقاط طائرة التجسس الأمريكية فوق جزيرة هينان Hainan. وقد استطاع مستخدمو غرف الدردشة إحراج الحكومة من خلال توجيه الانتقادات(٤٢).

ويشير استخدام الإنترنت- من قبل جماعات حقوق الإنسان في الصين بالنسبة لعملية التدفق الحر للأنباء والمعلومات- إلى تشابك قضايا تكنولوجية واقتصادية وسياسية نتيجة التطوير السريع الذي أحدثته الإنترنت في هذا المجال. إذ تواجه الحكومة هناك مشكلة أساسية، حيث تستخدم الإنترنت في المساعدة على تقدم التجارة والتعليم والاتصالات والعديد من الأجهزة الحيوية الأخرى في المجتمع، وفى الوقت نفسه يستخدمها المنشقون السياسيون كقنوات اتصال. فالحكومة ترغب في الاستفادة من الإنترنت، لكن ليس على حساب اضطرابات سياسية. وعلى سبيل المثال توجد مجلة مناصرة للديمقراطية باللغة الصينية يشرف على إصدارها شخص مهم جدا ومجموعة من العلماء الصينيين وخبراء الإنترنت من إحدى المكاتب في واشنطون، وتوزع إلكترونيا في الصين. وتتناول المجلة الأخبار والمقالات التحليلية التي يحررها مجموعة من المثقفين والمنشقين السياسيين في الصين وخارجها. وتؤكد التقارير أن نحو ٢٥٠ ألف فرد يستقبلونها في كافة أنحاء الصين تم جمع عناوينهم من القوائم التجارية العامة، ويتم إرسال المجلة إليهم بعنوان جديد كل مرة، ومن بين الذين ترسل إليهم أعضاء حكوميون صينيون بهدف تحدى معتقداتهم، بالإضافة إلى إثبات تصاعد الأفكار الديمقراطية في الصين. وقد ذكر القراء الصينيون أن المجلة ترسل إليهم بالبريد الإكترونى في حدود (خمسمائة ٥٠٠ مرة) في اليوم. وأشارت التقارير إلى حصول ٦ ٪ من الذين يستقبلون المجلة على تهديدات وأوامر بإلغاء توزيعها عليهم، بينما كان هناك ٩٤ ٪ يبدون وجهات نظرهم ويشتركون في المناقشات السياسية. وقد أعطت الرقابة على أجهزة الإعلام الأخرى ميزة فريدة لهذه المجلة، بالإضافة إلى مميزات السرية وأمن الإنترنت، حيث كانت بمثابة منتدى فريد لتبادل الأفكار السياسية وتدعيم المجتمع المدنى(٤٣).

أما عن مظاهر استخدام الإنترنت في عملية التدفق الحر للأنباء والمعلومات في منطقة الشرق الأوسط، فتوجد بعض الأمثلة التي توضح دور الإنترنت في تشجيع المواطنين والمنظمات غير الحكومية في حماية حقوق الإنسان نتيجة تآكل

السيطرة الحكومية المفروضة على تدفق المعلومات. ومن أبرز هذه الأمثلة ما قامت به منظمات حقوق الإنسان من استغلال مواقع الويب- في كل من مصر والأراضى الفلسطينية- في نشر معلومات تتعلق بانتهاكات حقوق الإنسان بالرغم من محدودية مصادر معلوماتها. وقد استطاعت أيضاً الصحف الفرنسية والإنجليزية والعربية التي روقبت في مصر والجزائر والأردن أن تصل إلى القراء المحليين والدوليين، حيث رفضت السلطات نشر هذه الصحف بسبب ضغوط سياسية أو عوامل أخرى، لكنها لاقت رواجاً كبيراً على الإنترنت. وعندما امتنعت بعض الصحف اليومية المستقلة عن الصدور في الجزائر احتجاجا على الضغوط التي تمارسها الحكومة عبر آلاتها الطباعية، فقاموا بإصدار نشرات يومية على الإنترنت لحشد الدعم لهم، واستطاع حزب العمل في مصر إصدار صحيفة «الشعب» عندما أصدرت الحكومة قراراً بإغلاق الصحيفة وتجميد الحزب. وكذلك استطاع المغاربة الحصول على معلومات غزيرة على الإنترنت عن جبهة البوليساريو، حيث يندر توفر مثل هذه المعلومات في وسائل الإعلام المحلية أو المكتبات، وإن وجدت تكون أحادية الجانب. واستطاع أيضاً الكثير من النشطاء الإسلاميين الذين يعيشون في أوروبا وأمريكا الشمالية استخدام الإنترنت في تحسين صورة الإسلام(٤٤).

ويستدل مما سبق أن منظمات حقوق الإنسان استفادت من مواقع الويب في نشر الصحافة الإكترونى، حيث ساعدت كثيراً في مناطق عديدة من العالم على التبليغ على انتهاكات حقوق الإنسان. وربما كانت الرقابة التي تفرضها بعض الحكومات على أنشطة هذه المنظمات عاملاً مشجعاً على استخدامها الإنترنت من خلال مواقع النشرات والصحف الإكترونية. وقد برز ذلك واضحا في الصين ومناطق عديدة من دول الشرق الأوسط، حيث تفرض الحكومة السيطرة على وسائل الإعلام المحلية من جانب، وتفرض بعض القيود على نشاط منظمات حقوق الإنسان من جانب آخر. ولذلك كانت الإنترنت بما تتميز به من أمن وسرية عاملان هامان شجع هذه المنظمات لاستخدام مواقع النشرات والصحافة الإكترونية على تدفق الأنباء والمعلومات.

وبالإضافة إلى استخدام منظمات حقوق الإنسان مواقع الصحف والمنشورات الأخرى فقد استفادت هذه المنظمات أيضاً من استخدام أجهزة الإعلام الرقمية السمعية والبصرية الجديدة في تدفق الأنباء والمعلومات. وقد استخدمت بالفعل المواد المذاعة، وكذلك المواد المرسلة بالتلفزيون عام ١٩٩٤ للإبلاغ عن بداية

المذبحة التي وقعت في رواندا. وقد لعب البريد الإلكتروني أيضاً دورا رئيسيا في هذا المجال[٤٥].

وتبرز أهمية المواد المسموعة والمرئية المقدمة عبر الإنترنت أثناء الأزمات، حيث تلعب الإنترنت دوراً مهماً في ضمان التدفق الحر للمعلومات. وعلى سبيل المثال كانت الإنترنت جزءًا حيوياً من عمل جمعيات حقوق الإنسان في يوغسلافيا أثناء حرب البلقان. وقد برز دورها خلال هذه الفترة من خلال تقديم المواد الإذاعية بشكل مباشر وتقديم الصور الثابتة وتجديدها كل دقيقة. ونقلت الإنترنت وقائع من جلسات محكمة الجزاء الدولية لقادة يوغسلافيا السابقة عبر «الريل أوديو Real Audio» وفى شتاء ١٩٩٦م وربيع ١٩٩٧م لعب راديو «P92» دورا مهما في تزويد الجماهير بالتقارير المستقلة عن المظاهرات في بلجراد وأجزاء أخرى من صربيا، والاحتجاجات على إلغاء الحكومة لنتائج الانتخابات المحلية. وعندما أوقفت الحكومة الصربية بث برامج راديو «P92»، أذاع برامجه عبر الإنترنت عن طريق «الريل أوديو»، الأمر الذي أجبر الحكومة على السماح بعودة المحطة إلى بث برامجها على الهواء. ومنذ تلك اللحظة تم كسر عملية الاحتكار الرسمى للمعلومات بنجاح عن طريق أجهزة الإعلام الإلكتروني[٤٦].

ولم تكن تجربة بث إذاعة «P92» على الإنترنت هى النموذج الوحيد الذي ساعد منظمات حقوق الإنسان في عملية التدفق الحر للأنباء والمعلومات، لكن كانت هناك إذاعة أوروبا الحرة التي أوقفتها حكومة «بيلو روسيا» بسبب إجراءات القمع التي اتخذتها ضد وسائل الإعلام هناك، الأمر الذي أدى إلى بث برامج المحطة عبر أخبار برنامج «الريل أوديو».

خاتمة:

وبناء على ما سبق يمكن القول إن الإنترنت أصبحت أداة رئيسية لمنظمات حقوق الإنسان في الترويج لأنشطتها وكشف انتهاكات حقوق الإنسان. ولم تقتصر الإفادة من الإنترنت في هذه المجالات على المنظمات الدولية الكبيرة، لكن شملت أيضاً المنظمات الصغيرة في كثير من دول العالم الثالث، حيث رأت فيها متنفساً لممارسة أنشطتها بعيدا عن السيطرة الحكومية والرقابة المشددة. ويبدو لنا من تحليل الأراء السابقة بشأن استخدام منظمات حقوق الإنسان للإنترنت أن مجالات استخدامها قد اتسمت بالتنوع والازدياد على المستوى الكمى والكيفى، حيث

أصبحت الإنترنت تضم قواعد بيانات ضخمة عن أنشطة حقوق الإنسان وملفات وبيانات تتناول سجل حقوق الإنسان في كثير من دول العالم، بالإضافة إلى قدرتها على ربط أعضاء هذه المنظمات بسهولة ويسر عن طريق البريد الإلكتروني. وقد اتضحت أهمية الإنترنت في استخدامها في تدفق الأنباء والمعلومات بيسر بعيداً عن أعين الرقباء الحكوميين من خلال وسائل الإعلام الإلكترونية، واستطاع عدد كبير من الناس الحصول على المعلومات المنوعة واستقبال الأخبار والتعليقات، بل والمشاركة في صنع المحتوى المقدم، ولعل قدرة المواطنين العرب على قراءة الصحف التي أوقفتها حكوماتهم خير دليل على ذلك. وكذلك الحال بالنسبة للإذاعة، حيث استطاع القائمون على «راديو» P٩٢ في بلجراد أن يتحدوا الأجهزة الحكومية هناك وبثوا برامجها على شبكة الإنترنت العالمية. وهذه الأمثلة وغيرها تبرهن على مدى أهمية الإنترنت بالنسبة لمنظمات حقوق الإنسان في ممارسة أنشطتها.

الهوامش

1- Ank Linden, Communication and Human Rights: A Challenge We Can Not Refuse, Media Development Journal, Wacc International Office Issue 4 , London,1996, P: 134.

2- William J, Mclver, JR, Access to Cyberspace as a Human Rights, Center for Education and Research in Information Assurance and Security (CERIAS) Department of Computer Science, Purdue University, Indian, U. S. A. ,at :
(www. article19. net/Docs/a19- art- mclver- DLAc 20)

3- Michael M. J. Fischer , MIT , The new media and human rights, The Forum of Democratic leaders in the Asia – Pacific Manila, Philippines, November 2- 4,1996. at:
(sopper. com/tdlap/new media. htm www. cunningn)

4- Ekaterina A. Drozdova, Seymour E. Goodman, Impact of the Internet on Human Rights on liberty in cyberspace. at:
(www. stantord. edu /group / sjir / issues/ 1. 2 , liberty /body. htm)

5- Carol Tator,Taking A stand Against Racism in the Media- urban Alliance on Race Relations presented at Racism in the Media, A Conference Sponsored by the Toronto Community

Reference Group on Ethno – Racial and Aboriginal Access to Metropolitan Services, October,1995.
www. mediaawareness. ca/eng/issues/minrep/getinvolved/tator. htm

6- Michael Baker, Human Rights and the internet at : (http://www. anu. edu. au/mail- archives/link/link9708/0004. html)

7- Donald F. Theall. , Donald F. Theall, Canada, Censorship, and the Internet, edited by Klaus Petersen and Alan C. Hutchinson, University of Toronto Press, 1998. at : (http://www. catalaw. com/logic/docs/dt- censor. html)

8- Internet for the People

9- Matthew Ciolek, Internet and Minorities Research School of Pacific and Asian Studies, Australian National University, Canberra ACT 0200, Australia at: (http://www. ciolek. com/PAPERS/minorities2001. html)

10- John P Foley, Ethics in Internet

11- Deborah Wheeler , New Communication Technologies, Human rights, development and the defense of middle eastern cultural space, www. ulexas. edu/"monitors»/1. 1/wheeler/onedocwheeler. htm/

١٢- ترجع الأصول التاريخية لمفهوم «حقوق الإنسان» إلى اليونان القديمة والرومان. وقد بدأت فكرة «حقوق الإنسان» كحقوق طبيعية تأخذ مكانة هامة باعتبارها حاجة عامة وحقيقية اجتماعية. ولذلك كان من الضرورى حدوث تغييرات أساسية في معتقدات وممارسات المجتمع. وبدأت التغييرات في وجهات النظر منذ القرن الثالث عشر الميلادى، وخلال مرحلة ازدهار الإقطاعية الأوربية وانحطاطها. وأيضا من خلال الانتقال من مرحلة العبودية الاقتصادية والسياسية إلى التصورات الليبرالية من الحرية والمساواة خصوصا فيما يتعلق بالملكية الفردية. ومع بداءة القرنين السابع عشر والثامن عشر أخذ مصطلح القانون الطبيعى معنى حديثا يدل على الحقوق الطبيعية. وكان للإنجازات العلمية والثقافية في القرن السابع عشر مثل اكتشافات «جاليللو»

و"اسحاق نيوتن» و«توماس هوبز» و«ليبنتز» و«فلسفة اسبينوزا التجريبية» و"جون لوك». فكل ذلك شجع على الاعتقاد في القانون الطبيعي. وخلال القرن الثامن عشر وهو ما يعرف بعصر التنوير، تنامت الثقة في الاهتمام بقضايا الإنسان. وقادت إلى تعبيرات أكثر شمولا. وهذا ما يبدو في كتابات مونتسكيو وفولتير وجان جاك روسو، ثم ظهور نظريات العقد الاجتماعي.

وخلال القرن التاسع عشر والقرن العشرين بدأ الاهتمام بقضايا حقوق الإنسان يأخذ اتجاها جديدا يركز على حق الإنسان في الحياة وسيادة مبدأ المساواة بين البشر. ودعّم هذه الاتجاهات المواثيق والمعاهدات الدولية. ولعل أبرزها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان سنة ١٩٤٨ وميثاق الحقوق المدنية والسياسية ١٩٦٦ وسريان تنفيذه في مارس ١٩٧٦، وكذلك ميثاق الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ١٩٦٦ وسريان تنفيذه في يناير ١٩٧٦. ثم توالت المواثيق الإقليمية ودساتير دول العالم تؤكد جميعها على حقوق الإنسان: أنظر:

Professor Emeritus Bums H. weston, Encyclopedia Britannica, Human Rights, The University of Iowa , Center for Human Rights,
http :www. uiowa. edu/ ~uichr /features/eb/weston ishtm/

١٣- د. عبدالخالق عبدالله، واقع حقوق الإنسان في العالم في د. هادف راشد العويس، حقوق الإنسان في العالم والوطن العربي، بحوث ومناقشات الندوة التي نظمتها جمعية الحقوقيين وجمعية الاجتماعيين في ١٠ ديسمبر ١٩٩٢م، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة ص ص ٤٠، ٣٩.

١٤- كيبا مباى، مفهوم عالمية حقوق الإنسان، ندوة الدول النامية بين المطلب الديمقراطي وبين الأولوية الاقتصادية، الندوة الثانية لسنة ١٩٩٤م، مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية (سلسلة الندوات) الرباط، ١٩٩٤م، ص٩٥.

١٥- د. مصطفى الفيلاني، نظرة تحليلية في حقوق الإنسان من خلال المواثيق وإعلانات المنظمات في: برهان غليون وآخرون، حقوق الإنسان العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط١، نوفمبر ١٩٩٩م، ص٢٣٦.

16- William J, Mclver, JR, Access to Cyberspace as a Human Rights, Center for Education and Research in Information Assurance and Security (CERIAS)Department of Computer Sci-

ence, Purdue University, Indian, U. S. A. ,at :
(www. article19. net/Docs/a19- art- mclver- DLAc 20)

17- Shanthi Kalathil and Taylor C. Boas, the Internet and State Control in Authoritarian Regimes: China, Cuba, and the Counterrevolution, at :
(http://www. ceip. org/files/Publications/wp21. asp)

18- James x. Dempsey and Daniel J. Weitzner with the Assistance of Others Members of the Global internet liberty campaign, protecting the Homan Right to Freedom of Expression on the Global internet, Center for Democracy and Technology, Report was made by the Open Society. at:
(http://www. gilc. org/speech/report//)

19- Ekaterina A. Drozdova, Seymour E. Goodman, Impact of the Internet on Human Rights on liberty in cyberspace. at:
(www. stantord. edu /group / sjir / issues/ 1. 2 , liberty /body. htm)

20- Ibid. ,

21- Sarah Sewall, the Internet and Human Rights. Carr Center for Human Rights Policy Working Paper, June 2000. at:
www. Ksg. harvard. edu/cchrp/w_papers. shtm

22- Ekaterina A. Drozdova, Seymour E. Goodman, Op. Cit. ,

23- Alejandro Pacheco, Human Rights and The internet in South America in : Steven Hick , et al , Human Rights and the Internet ST, Martin›s PRESS, LLC, New York, 2000, PP: 104 – 106.

24- Hans Geser, On the Functions and Consequences of the Internet for Social Movements and Voluntary Associations, Swiss and International Online Publications in the Social Sciences, Release 2. 0, March2001 at:
http://socio. ch/movpar/t_hgeser3. htm

25- Ibid. ,

26- Peter Levin, The Internet and Civil Society, Center for International Studies 11 Jul 2002 at : (www. imdp. org / artman / publish / article _ 29.)

27- Edward F. Halpin, Steven Hick and Eric Hoskins, Introducation to the book Human Rights and Internet, Pp: 1- 14
28- Edward F. Halpin, Steven Hick and Eric Hoskins, Introducation to the book Human Rights and Internet, Pp: 1- 14
29- Wayne Sharpe, Repel Internet : Human Rights and New Technology, In : ...., Human Rights and the Internet, pp: 43- 50.
30- Hans Geser, On the Functions and Consequences of the Internet for Social Movements and Voluntary Associations, Swiss and International Online Publications in the Social Sciences, Release 2. 0, March2001 at: http://socio. ch/movpar/t_hgeser3. htm
31- Ibid. ,
32- Tobias Rademann, Information Unlimited: Employing Internet Resources in Education, Ruhr University Bochum Germany, 1997. at: (http://www. isoc. org/inet97/proceedings/ D3/D3_1. HTM)
33- Ibid. ,
34- Conor Foley, Human Rights and the Internet, in: Adam Newey (et al) op. cit, PP : 267 – 270.
35- Center for Democracy, Technology, the Internet and Human Rights, An Over View, Washington, 5 January 2000. at: www. cdt. org/international/000105humanrights. shtm/
36- Jacques Gauthier, The Internet in Africa : A Turning Point in the Struggle for Human rights in:Steven Hick (et al) Human Rights and the Internet, op. cit. PP:91– 103
37- Michel J. Menon, Impact of the Internet: Some Conceptual and Methodological Issues Or How to Hit A Moving Target Behind the Smoke Screen In: David Nicholas and Ian Rowlands, op. cit. , p: 50.
38- Hans Geser, On the Functions and Consequences of the Internet for Social Movements and Voluntary Associations, Swiss and International Online Publications in the Social Sciences, Release 2. 0, March2001 at: http://socio. ch/movpar/t_hgeser3. htm

39- Ekaterina A. Drozdova, Seymour E. Goodman, Impact of the Internet on Human Rights on liberty in cyberspace. at: (www. stantord. edu /group / sjir / issues/1.2, liberty /body. htm)

٤٠- براد كاليفيلد، صناعة الأخبار في عصر رقمي، مجلة قضايا عالمية، مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأمريكية، نوفمبر ٢٠٠٠.

41- Paula Uimonen, the Internet as a Tool for Social Development, United Nations Research Institute for Social Development Switzerland at : (http://www.isoc.org/isoc/whatis/conferences/inet/97/proceedings/G4/G4_1. HTM)

42- Shanthi Kalathil and Taylor C. Boas, the Internet and State Control in Authoritarian Regimes: China, Cuba, and the Counterrevolution, at : (http://www. ceip. org/files/Publications/wp21. asp)

43- Ibid. ,

44- Human Rights Watch, the Internet in the Mideast and North Africa, Free Expression and Censorship. at : (http//www. library. cornell. edu/colldev/Mideast/unzipped/net- en-)

45- William J, Mclver, JR, Access to Cyberspace as a Human Rights، Center for Education and Research in Information Assurance and Security (CERIAS) Department of Computer Science، Purdue University، Indian، U. S. A. ،at : (www. article١٩. net/Docs/a-١٩ art- mclver- DLAc ٢٠)

46- Graham Lane, Human Rights and the Internet in Europe, in: Steven Hick (et al), Human Rights and the internet, op. cit, P: 122

محتويات الكتاب

الفصل الثانى
نظريات الاتصال الجماهيرى
«رؤية سوسيولوجية تحليلية» ٤٥

الفصل الثالث
مناهج البحث فى دراسة الاتصال الجماهيرى
٩٧

الباب الثاني
الإعلام والمجتمع ١٤٧

الفصل الرابع
الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي ١٥١

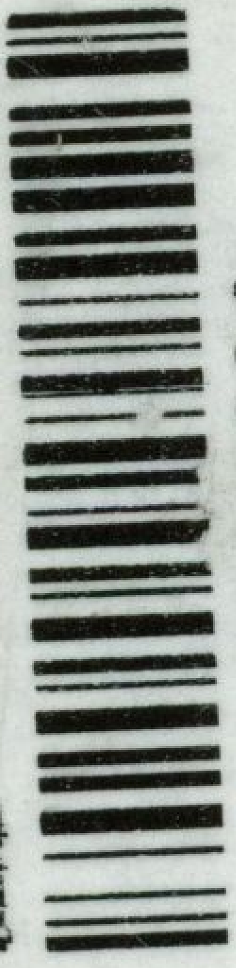
الفصل الخامس
تكنولوجيا الاتصال وعالمية المجتمع ٢٠١

الفصل السادس
البث التليفزيونى والهوية الثقافية
«دراسة استطلاعية» ٢٢٩

الفصل السابع
الإنترنت وحقوق الإنسان ٢٨٥

الإعلام والمجتمع

الأستاذ الدكتور
طه عبد العاطي نجم
أستاذ ورئيس قسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة الأسكندرية



ISBN:978-977-273-788-8



